

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian jenis deskriptif dengan kuantitatif. (Sugiyono 2019:17) metode penelitian merupakan sebuah cara ilmiah untuk memperoleh data untuk tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian dengan metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan filosofi positivisme, untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, data yang dikumpulkan dengan bantuan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/artistik dan dimaksudkan untuk pengujian hipotesis yang ditetapkan.

3.2. Sifat Penelitian

Ketika menyelidiki target yang hasilnya akan diperoleh terlebih dahulu, penyelidikan dilakukan dengan target dan variabel sebagai target survei. Sifat penelitian ini adalah deskriptif. Artinya, menggambarkan objek tertentu, memberikan penjelasan rinci dan menarik kesimpulan umum berdasarkan karakteristik penduduk daerah tertentu.(Sugiyono 2019:68)

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi merupakan tempat dimana peneliti melakukan proses penelitiannya yang tujuannya agar mendapatkan data atau informasi yang dibutuhkan pada penelitian ini. Lokasi penelitian ini dilakukan di PT Central Prima Sukses yang berada di Union Industrial Park Blok A2 No. 10, Kecamatan Batu Ampar, Kota Batam, Kepulauan Riau.

3.3.2. Periode Penelitian

Rencana penelitian yang akan dilakukan dimulai dari bulan September hingga sampai akhir penyusunan skripsi.

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Kegiatan	Minggu													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Pengajuan Judul	■													
Pencarian Referensi	■	■	■	■										
Pengerjaan Penelitian				■	■	■	■							
Penyebaran Kuesioner							■	■	■	■	■			
Penyelesaian Skripsi												■	■	■

Sumber : peneliti 2022

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi menurut (Sugiyono 2019:126) Populasi merupakan domain umum yang terdiri dari objek/subjek dengan ukuran dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan peneliti untuk dipelajari dan darinya untuk menarik kesimpulannya. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu pengecer yang melakukan pembelian produk frozen food Ria di PT Central Prima Sukses yang berjumlah 141 pengecer.

3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel

(Sugiyono 2019:143) menyatakan bahwa Sampel sangat penting untuk kuantitas dan kualitas yang diharapkan dari populasi yang terkait dari sampel ini. Teori yang digunakan untuk memilih ukuran sampel adalah Slovin. Dalam hal ini, dengan teori rumus Slovin mengandung beberapa ketidaktepatan. Hal ini dikarenakan masih terdapat kesalahan yang dapat diterima dalam pemilihan sampel. Dalam hal ini toleransinya adalah 0,05 (5%). Rumus yang digunakan adalah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Rumus 3.1 Rumus Slovin **Sumber :** (Sugiyono 2019)

Keterangan :

- n : Ukuran sampel
 N : Ukuran populasi
 l : Konstanta
 e : Toleransi ketlonggaran

Perhitungan :

$$n = \frac{141}{1 + 141(0,05)^2}$$

$$n = \frac{141}{1 + 141(0,0025)}$$

$$n = \frac{141}{1 + 0.3525}$$

$$n = \frac{141}{1.3525}$$

$n = 104.25139$ dibulatkan menjadi 104 sampel

Dari hasil perhitungan diatas, maka sampel yang di gunakan ialah sebanyak 104 sresponden

3.4.3. Teknik *Sampling*

Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah pengambilan sampel probabilistik adalah teknik pengambilan sampel serupa di mana semua anggota populasi memiliki kemungkinan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel jika stratifikasi tidak dipertimbangkan (Sugiyono 2018:81), metode yang digunakan adalah simple random sampling.

3.5. Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan peneliti adalah sumber data primer dan sekunder.

1. Data Primer, merupakan teknik perolehan data dengan cara berinteraksi secara langsung dengan mengajukan atau memberikan berbagai pertanyaan dan melakukan wawancara kepada pihak terkait

2. Data Sekunder, merupakan berbagai informasi yang sudah ada sebelumnya., data penelitian ini di dapatkan dari data penjualan frozen food Ria yang sudah ada di PT Central Prima Sukses

3.6. Metode Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono 2019:194) Metode pengumpulan data berada pada tahap penelitian dan fokus pada pencarian data. Tanpa pengetahuan dan pemahaman tentang metode pengumpulan data, peneliti tidak dapat memperoleh data yang memenuhi standar yang telah ditetapkan.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan pemikiran orang tentang sesuatu. Dalam skala ini, variabel-variabel yang disurvei ditransformasikan ke dalam indikator-indikator variabel, kemudian indikator-indikator tersebut diubah ke dalam pernyataan-pernyataan yang biasa disebut kuesioner. Skala memiliki nilai 1-5, dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju.

Tabel 3.2 Skala *Likert*

Nilai	Skala
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Netral (N)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Sumber : (Sugiyono 2019)

3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel merupakan bagian hal penting yang penting dan dibutuhkan peneliti dalam penelitiannya. (Sugiyono 2019:38) karena variabel penelitian merupakan penilaian atau karakteristik dari suatu objek, kegiatan, atau orang yang menerapkan variabel tertentu bagi peneliti untuk memahami dan menarik kesimpulan.

Pada penelitian ini menggunakan 3 variabel, yaitu : variabel terikat adalah minat beli (Y) dan variabel bebasnya adalah kualitas produk (X1), citra merek (X2), dan desain produk (X3).

3.7.1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas pada penelitian ini adalah kualitas produk (X1), citra merek (X2), dan desain produk (X3).

Tabel 3.3 Operasional Variabel Bebas

Variabel	Pengertian	Indikator
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk karakteristik seperti daya tahan, keandalan, kemudahan penggunaan, dan perbaikan.	1. Sifat Produk 2. Kesesuaian Spesifikasi 3. Daya Tahan 4. Keandalan 5. Desain
Citra Merek (X2)	Citra merek merupakan sebuah proses awal sebelum konsumen melakukan pembelian, citra merek berfungsi sebagai bahan informasi mengenai sebuah produk	1. <i>Coorporate Image</i> 2. <i>User Image</i> 3. <i>Product Image</i>
Desain Produk (X3)	Desain produk merupakan seperangkat fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi suatu produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.	1. Model 2. Gaya Menarik 3. Variasi 4. <i>Up to date</i>

Sumber : Data Sekunder, 2022

3.7.2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat pada penelitian ini adalah minat beli (Y).

Tabel 3.4 Operasional Variabel Terikat

Variabel	Pengertian	Indikator
Minat Beli (Y)	Minat beli adalah pernyataan konsumen yang menunjukkan minat atau kecenderungan konsumen untuk membeli sejumlah produk tertentu dalam jangka waktu tertentu dan	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial

	dapat digunakan oleh pemasar untuk memprediksi harapan konsumen.	4. Minat Eksploratif,
--	--	-----------------------

Sumber : Data Sekunder, 2022

3.8. Metode Analisis Data

Analisis ini mengelompokkan data berdasarkan jenis responden dan variabel, menggabungkan data berdasarkan variabel dari semua responden, menyajikan data dari setiap variabel, dan melakukan perhitungan untuk mengakomodasi rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu pengolahan lebih lanjut dan analisis studi untuk menarik kesimpulannya, (Sugiyono 2019:243). Proses analisa data pada penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS Versi 26 (Statistical Pakage for the Social Sience).

3.8.1. Analisis Deskriptif

(Sugiyono 2019:2) menyatakan bahwa analisis ini adalah statistik yang digunakan dalam menganalisis data dengan menggambarkan atau menyajikan gambar yang diambil apa adanya, tanpa maksud kesimpulan umum atau generalisasi. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menjelaskan atau merepresentasikan informasi dari variabel terikat minat beli dan variabel bebas kualitas produk, citra merek, dan desain produk.

3.8.2. Uji Kualitas Data

3.8.2.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang tujuannya mengukur seberapa jauh kuesioner tersebut dilakukan dalam penelitian dan kelayakan kuesioner untuk pengumpulan data dan penggalian data di lapangan. Tes ini dapat digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut dapat digunakan untuk menghitung keadaan responden yang sebenarnya (Ghozali 2018:51).

Untuk memeriksa kelayakan suatu item, biasanya dilakukan uji signifikansi pada taraf 5% atau 0,05. Dengan kata lain, jika suatu item menunjukkan korelasi dengan skor total, maka itu dianggap tingkat yang valid. diterima atau

tidak ada data dengan referensi misalnya :

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka dinyatakan tidak valid.

Rumusnya :

$$r = \frac{N(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{|N \sum x^2 - (\sum x)^2| |N \sum y^2 - (\sum y)^2|}} \quad \text{Rumus 3.2 : Pearson Product Moment}$$

Sumber : (Ghozali 2018:51)

Keterangan :

- r = Koefisien kolerasi *Product Moment*
 N = Banyaknya pasangan nilai X dan Y
 $\sum xy$ = Total dari hasil perkalian nilai x dan y
 $\sum x$ = Total nilai x
 $\sum y$ = Total nilai y
 $\sum x^2$ = Total dari kuadrat nilai x
 $\sum y^2$ = Total dari kuadrat nilai y

3.8.2.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan pengujian seberapa konsisten hasil pengukuran jika tes dilakukan lebih dari satu kali dengan menggunakan deskripsi yang sama dan alat ukur yang sama. Sebuah kuesioner dikatakan konsisten jika hasil tanggapannya stabil. Metode pengujian ini menggunakan cronbach alpha, yang kuesioner dikatakan reliabel atau valid apabila nilai cronbath alpha $>$ 0,6 (Ghozali 2018:45).

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai untuk memeriksa apakah model residual mengandung regresi terdistribusi normal. Tujuannya untuk menguji apakah residual berdistribusi normal menggunakan uji Kolgorov-Smirnov. Jika residual berdistribusi normal maka nilai signifikansinya $>$ 0,05 (Ghozali 2018:76).

3.8.3.2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas ada antara variabel independen dalam model regresi yang menunjukkan hubungan linier yang baik (koefisien korelasi 1 atau tinggi). Model regresi yang benar seharusnya tidak memiliki multikolinearitas, untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya multikolinearitas, penulis menggunakan nilai VIF (Variance Inflation Factor). Jika nilai VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. (Ghozali 2018:77)

3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah ada persamaan varians untuk model regresi residual, uji heteroskedastisitas memungkinkan uji koefisien spearman yaitu korelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel independent. Tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai signifikansi antara variabel independen $> 0,05$.(Ghozali 2018:120)

3.8.4. Uji Pengaruh

3.8.4.1. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi linear dengan beberapa variabel independen atau prediktor (*Multiple Linear Regression*)

$$\boxed{Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n X_n + e} \quad \text{Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda}$$

Sumber : (Ghozali 2018)

Keterangan :

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a = Konstanta

β = Koefisien *estimate*

e = *error*

3.8.4.2. Uji Koefisien Determinasi

Uji ini digunakan untuk mengetahui kemampuan suatu variabel bebas dalam menjelaskan berbagai varian variabel terikat. Kemiripan regresi berganda baik bila

koefisien determinasi (R^2) besar atau mendekati 1 dan cenderung meningkat dengan bertambahnya jumlah variabel bebas. (Ghozali 2018:97)

Keuntungan dari uji ini ialah kemampuannya untuk mengukur sejumlah variabel yang berkontribusi pada variabel independen dan dependen. Koefisien determinasi yang besar menunjukkan kemampuan variabel X untuk menjelaskan variabel Y, dan sebaliknya koefisien determinasi yang kecil menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang kecil terhadap variabel dependen (Ghozali 2018:97)

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1. Uji t (Uji Parsial)

Pengujian ini untuk mengasumsikan bahwa variabel bebas adalah kualitas produk (X_1), citra merek (X_2), dan desain produk (X_3) berpengaruh secara individual terhadap variabel terikat minat beli (Y). Uji-t digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individual mempengaruhi dalam menjelaskan variabel terikat (Ghozali 2018:98). Berikut merupakan langkah menguji t adalah

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < 0,05 < a$, H_0 ditolak H_a diterima. Hipotesis ditolak artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig > 0,05 > a$, H_0 diterima H_a ditolak. Hipotesis tidak ditolak artinya variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.9.2. Uji f (Uji Simultan)

(Ghozali 2018:98) berpendapat bahwa Uji F menguji semua variabel independen yang memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel dependen (Y), yaitu (X_1), (X_2), dan (X_3) dalam penelitian. Kriteria yang digunakan untuk penentuan ini adalah:

1. Jika $f_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < 0,05 < a$, H_0 ditolak atau H_a diterima. Hipotesis ditolak artinya variabel independennya adalah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

2. Jika $f_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig > 0,05$, H_0 diterima atau H_a ditolak. Hipotesis tidak ditolak artinya variabel independennya secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.