

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Adapun Penelitian yang dilakukan secara teknis memakai metode atau cara penelitian kuantitatif. Yang mana data yang didapatkan oleh peneliti berdasarkan angket yang diberikan kepada responden (almanda & mauli, 2022). Pernyataan dari responden dalam suatu kuisioner akan menjadi data yang mendukung untuk hasil dari penelitian ini.

3.2 Sifat Penelitian

Riset atau penelitian yang dipakai adalah model penelitian secara deskriptif kuantitatif, yang berartian tujuannya adalah mencoba atau menguji hipotesis berdasarkan variabel terhadap sampel yang didapat dari populasi yang sudah ditetapkan. Penelitian ini mengarah pada penjelasan secara sistematis mengenai fakta yang didapatkan pada penelitian tersebut.

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian.

3.3.1 Tempat Penelitian

Penelitian yang dikerjakan berada pada Luar garis coffee di depan SPBU KDA, Batam centre, kota Batam.

3.3.2 Jadwal Penelitian

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Perancangan Penelitian							
Studi Pustaka							
Penyusunan Rancangan Penelitian							
Pembentukan kuesioner							
Agenda Pemakaian Kuesioner							
Bimbingan Proposal Penelitian							
Penyelesaian Proposal Penelitian							

Sumber : Peneliti, 2022

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Hardani dkk., 2020) mengenai populasi yaitu keseluruhan wilayah penelitian yang akan diteliti dan bermaksud untuk menerapkan jumlah sampel yang akan diteliti. Proses penelitian ini menetapkan populasi yang dipakai adalah para konsumen pada Luar garis coffee yang sedang membeli produk ditempat tersebut.

Untuk jumlah dari populasi di Luar Garis Coffee pun tidak diketahui karena jumlahnya yang tidak pasti.

3.4.2 Sampel

Adapun menurut (Hardani dkk., 2020) sampel merupakan cerminan dari keseluruhan populasi. Sampel dalam penelitian ini merupakan jumlah bagian dari populasi pembeli di Luar garis coffee. Dari tidak diketahuinya total populasi yang ada, maka peneliti melakukan penetapan jumlah sampel memakai rumus *lemeshow*:

$$n = \frac{Za^2 x PxQ}{L^2}$$

Keterangan :

n : total sampel dibutuhkan

Za : substitusi nilai standar dari distribusi nilai $a = 5\% = 1.96$

P : prevalensi *outcome*, karena data belum didapat, maka dipakai 50%

Q : 1-P

L : ketelitian 10%

Penentuan jumlah sampel:

$$n = \frac{1,96^2 x 0,5 x (1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil penentuan dengan rumus *Lemeshow*, maka didapatkan bahwa jumlah yang didapatkan adalah 96,04, akan tetapi dibulatkan menjadi angka 100 responden.

3.4.3 Teknik Sampling

Untuk penelitian ini memakai *Nonprobability Sampling* dan teknik *Sampling Purposive*. Teknik *Sampling Purposive* (Hardani dkk., 2020) merupakan pemilihan secara khusus untuk anggota sampel yang akan diteliti. Untuk memberikan pemilihan secara khusus, maka diberikan beberapa kriteria yang akan mendukung sampel agar bisa diteliti. Adapun kriterianya sebagai berikut:

1. Pelanggan yang membeli di Luar garis Coffee
2. Pelanggan berdomisili kota Batam
3. Memberikan tanggapan terhadap variabel inovasi produk, fitur produk, desain produk

3.5 Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Pengertian Data primer yakni data yang dikumpulkan secara langsung dari para sampel penelitian atau responden yang akan dijadikan data untuk penelitian (maino dkk., 2022). Sumber pada data primer untuk penelitian ini adalah para konsumen yang sekaligus menjadi responden terhadap sejumlah pertanyaan untuk dijawab.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan kumpulan data yang didasarkan dari beberapa buku atau dokumen tertentu (maino dkk., 2022) . Adapun data penelitian yang diambil untuk penelitian ini adalah bentuk kajian teori yang telah dikemukakan oleh peneliti terdahulu.

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Adanya penelitian bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai suatu permasalahan pada objek penelitian. Dalam melakukan suatu penelitian tentunya dibutuhkan informasi yang akan mendukung penelitian tersebut (Hardani dkk., 2020). Untuk itu seorang peneliti harus memiliki cara untuk mendapatkan informasi yang diinginkan. Adapun cara mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner kepada para pelanggan di Luar garis coffee.

3.6.2 Kuesioner

Kuesioner merupakan alat yang dipakai dalam penelitian ini. Kuesioner sendiri berisikan sejumlah pertanyaan kepada konsumen yang akan diisi dalam bentuk form checklist ataupun dalam bentuk jawaban. Untuk skala yang digunakan dalam kuesioner ini menggunakan *likert* (Hardani dkk., 2020).

Melalui penjelasan diatas, peneliti akan memilih untuk menggunakan kuesioner sebagai alat dalam mendapatkan data yang diinginkan. Adapun kuesioner ini akan dibagikan kepada para pelanggan Luar Garis Coffee yang melakukan pembelian. Sehingga data yang diperlukan oleh peneliti dapat diolah dan akan mampu memberikan hasil yang diharapkan oleh peneliti.

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Dependen

Menurut (Hardani dkk., 2020) variabel dependen adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lainnya. Untuk variabel dependen dalam riset atau penelitian ini yaitu keputusan pembelian konsumen (Y).

3.7.2 Variabel Independen

Pengertian dari variabel independen menurut (Hardani dkk., 2020) yaitu variabel yang bisa memengaruhi variabel dependen. Untuk variabel independen sendiri dalam penelitian ini adalah inovasi produk (X1), fitur produk (X2), dan desain produk (X3).

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

Varibael	Definisi	Indikator	Skala
Inovasi produk (X1)	ide, gagasan, dan pemikiran hasil dari penyesuaian zaman yang akan menghasilkan suatu produk yang berbentuk baru dan berbeda dari bentuk produk yang sudah ada terlebih dahulu.	1. Kebutuhan 2. Biaya yang efisien 3. kompetisi	<i>Likert</i>
Fitur produk (X2)	bagian dari produk yang tidak ada pada produk lain dan mampu mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.	1. Pembeda produk 2. Sarana kompetitif 3. karakteristik	<i>Likert</i>

Desain produk (X3)	bentukan dari produk yang memiliki standarnya tersendiri dan berbeda dari produk lainnya.	1. Beraneka ragam bentuk 2. Ukuran 3. Mudah diterima konsumen	<i>Likert</i>
Keputusan pembelian konsumen (Y)	tahapan bagi konsumen atau pembeli saat memilih produk kebutuhan mereka dan diakhiri dengan aksi akhir pada suatu produk	1. Pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan 2. Kualitas pelayanan 3. Dorongan emosional 4. Evaluasi pembelian	<i>Likert</i>

Sumber : Peneliti, 2022

3.8 Metode analisis data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis yang diterapkan dengan cara menjabarkan data yang sudah terkumpul, sehingga mampu memberikan kepercayaan terhadap para peneliti lain terhadap topik penelitian (Hardani dkk., 2020). Dalam hal ini peneliti mengkalifikasikan data berdasarkan variabel dari data konsumen. Untuk penelitian ini menggunakan bantuan dari program SPSS v.26.

3.8.2 Uji Kualitas Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas dipakai guna menemukan kevalidan item dalam pertanyaan pada penelitian yang dilakukan. Penggunaan dari uji ini dilangsungkan dengan korelasi *Person Product Moment* yaitu mengkorelasikan nilai setiap item dengan nilai secara total yang diperoleh berdasarkan penambahan nilai item instrumen (sanusi, 2017). Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum Y \sum X)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

- R : koefisien korelasi
 X : skor pada butir
 Y : total butir skor
 N : jumlah anggota sampel

3.8.2 Uji Reliabilitas

Selanjutnya dalam menguji kualitas instrumen, ada uji reliabilitas untuk melakukan pengujian data yang menghasilkan data dengan hasil yang sama dengan dilakukannya pengukuran secara terus menerus (almanda & mauli, 2022). Bisa dipercaya dan diandalkan menjadi arti dari reliable. Yang menjadi kriteria untuk pengujiannya adalah jika *crombach's Alpha* > 0,6 artinya adalah reliable, atau kebalikannya.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan dalam rangka untuk mendapatkan nilai residual berdasarkan hasil berdistribusi normal atau malah tidak normal (almanda & mauli, 2022). Apabila nilai residual yang berhasil didistribusikan tampak normal berarti model regresi baik.

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji yang dipakai ini digunakan untuk melihat korelasi antar variabel bebas didalam model regresi. Untuk model regresi yang bagus sendiri adalah tidak terdapat korelasi antara variabel bebasnya (almanda & mauli, 2022). Untuk uji

multikolinieritas dapat diketahui melalui *Variance Inflation Factors* (VIF) dan *Tolerance*. Adapun kriteria yang dipakai adalah apabila nilai $VIF < 10$, berarti tidak terjadi multikolinieritas ataupun sebaliknya. Selanjutnya jika nilai *tolerance* $> 0,10$ berarti tidak terjadi multikolinieritas, ataupun sebaliknya.

3.8.3.3 Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk menilai suatu kesamaan atau tidaknya varian residual dari satu observasi ke observasi lainnya. Jika varian residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya tetap sama maka dinamakan homoskedastisitas, tetapi jika tidak sama maka dinamakan sebagai heteroskedastisitas. Untuk model regresi yang bagus adalah tidak adanya tanda heteroskedastisitas (almanda & mauli, 2022). Kriteria dalam penentuannya adalah jika nilai Sig. lebih besar dari 0,05 maka tidak ada heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis dengan harapan untuk menemukan tingkat hubungan yang bersifat linear 2 maupun lebih variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_N) terhadap variabel terkait (Y) adalah linear berganda (almanda & mauli, 2022). Persamaan regresi linier berganda yang dipakai pada penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen

α = Konstanta

X1, X2, dan X3 = Variabel Independen

b = Nilai koefisien regresi

3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji ini digunakan untuk mengetahui kontribusi terhadap suatu variabel maupun lebih X terhadap variabel Y yang dinyatakan dalam bentuk angka merupakan koefisien determinasi (Almanda & Mauli, 2022). Dan rumus pada koefisien determinasi ini adalah :

$$Kd = r \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T (Parsial)

Uji ini dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Adapun tujuan dari penjujian t ini untuk mengetahui pengaruh dari sebuah variabel bebas. Ho diterima apabila t hitung \leq t tabel, dan ditolak jika t hitung $>$ t tabel.

3.9.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji ini dipakai untuk melihat secara simultan pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat yang diuji. Uji hipotesis dengan menggunakan uji F dimaksudkan agar diketahui adanya pengaruh dari inovasi produk (X1), fitur produk (X2), dan desain produk (X3) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Dengan kata lain pengujian ini akan melihat pengaruh setiap variabel X kepada variabel Y.