

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian deskriptif analisis karena bertujuan untuk mendapatkan angka pasti yang menggambarkan keputusan pembelian konsumen serta memperkuat peneliti dalam membuat suatu kesimpulan dengan menjelaskan suatu situasi yang akan diteliti dengan dukungan studi kepustakaan dan data yang telah diperoleh dengan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode yang menjelaskan hubungan antara variabel pengujian teori dengan menggunakan alat ukur tertentu, maka dari itu metode ini relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan dengan tujuan untuk menguji antar variabel independent yaitu inovasi produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependent.

Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menjabarkan suatu karakteristik tertentu dari suatu fenomena. (Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, 2017). Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bersifat objektif dalam mencangkup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta dilakukan pengujian statistik dalam menggunakan metode. (Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, 2017).

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian dalam penelitian ini yaitu replikasi dan pengembangan maknanya penelitian ini menggunakan variabel, indikator serta teknik analisis yang digunakan sama dengan penelitian sebelumnya. Peneliti ingin mempelajari dari penelitian ini apakah inovasi produk dan *word of mouth* dapat digunakan untuk meningkatkan keputusan pembelian di masa yang akan datang

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, mendapatkan data serta mengambil lokasi penelitian ini di *coffeshop* Amati Tembesi yang beralamat di JL. Letjend Soeprpto, Buana Central Park, Tembesi, Kec. Batu aji, Kota Batam, Kepulauan Riau 29424.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian ini berlangsung pada dari bulan September 2022 sampai bulan januari 2023 seperti yang tertera pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	2022				2023
		September	Oktober	November	Desember	Januari
1.	Perencanaan	■	■			
2.	Studi pustaka		■			
3.	Menentukan metode penelitian		■			
4.	Penyusunan kuesioner			■		
5.	Penyerahan kuesioner			■	■	
6.	Analisis hasil kuesioner				■	■
7.	Penuntasan penelitian					■

Sumber : Peneliti, 2022

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan pemerataan wilayah yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kelebihan serta karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang mana berikutnya akan diambil suatu keputusan. (Sugiyono, 2019). Oleh karena itu, yang termasuk didalam populasi bukan hanya orang tetapi juga objek maupun suatu alam yang lainnya. Berdasarkan pengertian dari populasi di atas, penelitian ini menjadikan konsumen yang pernah berkunjung pada *coffeshop* Amati Tembesi sebagai populasi.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian tertentu dari populasi yang memiliki beberapa atribut tertentu. Metode pemeriksaan merupakan salah satu strategi pemeriksaan. (Sugiyono, 2019). Penelitian yang dilakukan harus memakai sampel yang benar-benar mewakili atau mencerminkan populasi tersebut. Teknik penarikan sampel menggunakan rumus Jacob Cohen karna tidak diketahui jumlah populasi seperti berikut ini:

$$N = \frac{L}{f^2 + u + 1} \quad \text{Rumus 3.1 Jacob Cohen}$$

Sumber: Vernadila & Realize (2019)

Keterangan :

N = jumlah sampel

f^2 = Effect size

u = banyaknya ubahan yang terkait dalam penelitian

L = fungsi power dari u, diperoleh dari table power (p) = 0,95 dan effect size (f^2) = 0,1

Harga L tabel dengan t.s 1% power 0,95 dan $u = 5$ adalah 19,76

Penentuan jumlah sampel:

$$N = \frac{19,76}{0,1 + 5 + 1}$$

$$N = 203,6 \text{ sampel}$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah didapatkan, maka jumlah sampel yang didapatkan adalah 203,6 namun, untuk memudahkan penelitian dibulatkan menjadi 204 responden.

3.4.3 Teknik *Sampling*

Penelitian ini menggunakan Nonprobability Sampling karena jumlah populasi tidak diketahui dengan teknik Sampling Purposive yaitu dengan memberikan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan. Nonprobability Sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang berbeda pada setiap unsur atau populasi yang digunakan menjadi sampel.(Sugiyono, 2019). Teknik Sampling Purposive (Sugiyono, 2019) merupakan teknik penentuan sampel dengan memberikan suatu kriteria. Adapun kriterianya sebagai berikut:

1. Pelanggan yang membeli ke Amati Tembesi
2. Pelanggan berdomisili di kota Batam
3. Penilaian terhadap Inovasi Produk dan *Word Of Mouth*

3.5 Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang dihasilkan oleh peneliti dengan tujuan eksplisit untuk mengatasi tantangan yang sedang dikerjakan. Sumber data primer untuk penelitian ini adalah para konsumen yang sekaligus menjadi responden terhadap sejumlah pertanyaan yang kemudian untuk dijawab. Peneliti mendapatkan data primer dengan berbagai cara yaitu:

1. Wawancara, tujuannya untuk mendapatkan informasi melalui dialog yang dilakukan antara peneliti dan informan. Wawancara dilakukan peneliti kepada kepala Cafe Amati untuk mendapatkan data berupa target penjualan, pencapaian serta item-item yang *sold out*.
2. Kuesioner, dengan memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan kepada responden yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber sekunder untuk melengkapi data asli. Pada penelitian dalam mengumpulkan data melalui berbagai cara diantaranya yaitu jurnal, buku, serta kajian teori yang dikemukakan oleh peneliti terdahulu.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Adanya penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai suatu permasalahan pada objek penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam yang dilakukan kepada *head café* Amati dan kuesioner melalui *google form* dengan skala *likert*. Adapun kuesioner akan dibagikan kepada para pelanggan *Coffeshop* Amati Tembesi yang melakukan pembelian, sehingga data yang dibutuhkan oleh peneliti dapat diolah dan akan bisa memberikan hasil yang diharapkan oleh peneliti.

Tabel 3 .2 Skala Likert

Jawaban Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Peneliti,2022

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel merupakan segala sesuatu yang memiliki berbagai jenis nilai. (Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, 2017). Variabel penelitian yaitu atribut seseorang maupun objek yang beragam dari satu orang ke orang lain atau dari satu objek ke objek lainnya. (sugiyono, 2019).

3.7.1 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel ini dalam sebuah penelitian biasanya disebut juga variabel “Y”. Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian.

3.7.2 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat secara positif maupun negatif. Variabel ini dalam penelitian biasanya disebut juga dengan variabel “X”. Variabel bebas juga disebut sebagai faktor stimulus, prediktor, dan anteseden. (sugiyono, 2019).

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Inovasi Produk (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Produk 2. Varian Produk 3. Gaya dan Desain Produk 	<i>Likert</i>
<i>Word Of Mouth</i> (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan konsumen dalam menceritakan hal-hal positif tentang kualitas pelayanan dan produk kepada orang lain. 2. Rekomendasi jasa dan produk suatu perusahaan kepada orang lain. 3. Dorongan terhadap orang lain untuk melakukan pembelian terhadap produk dan jasa perusahaan. 	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan Produk 2. Pemilihan Merek 3. Pemilihan Penyalur 4. Waktu Pembelian 5. Jumlah Pembelian 	<i>Likert</i>

Sumber : Peneliti, 2022

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan suatu analisis yang dilakukan dengan menjabarkan data yang sudah terkumpul tanpa memiliki tujuan untuk dijadikan kesimpulan yang berlaku secara umum. Statistik deskriptif merupakan proses menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul dengan tidak bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum melalui statistik. (sugiyono, 2019). Dalam hal ini peneliti mengelompokan data berdasarkan variabel dari data konsumen. Penelitian ini menggunakan program SPSS untuk membantu dalam pengerjaan ini.

Berikut ini merupakan tabel rentang skala yang bisa digunakan untuk mengukur kriteria analisis deskriptif dari setiap variabel penelitian ini:

Tabel 3.4 Rentang Skala Analisis Deskriptif

Rentang Skala	Kriteria
204-163,2	Sangat tidak baik / sangat rendah
163,2-367,2	Tidak baik / rendah
367,2-571,2	Cukup / sedang
571,2-775,2	Baik / tinggi
775,2-979,2	Sangat baik / sangat tinggi

Sumber : Peneliti (2022)

3.8.2 Uji Kualitas Instrumen

3.8.2.1 Uji Validitas

Setiap pertanyaan atau pernyataan responden pada uji validitas diminta untuk memberikan tanggapan dengan memberikan nilai. Suatu instrumen dapat dikatakan valid apabila dapat digunakan untuk apa yang sebenarnya diukur. (Sugiyono, 2019). Instrumen dapat disebut sah dengan asumsi yang sangat baik dapat dipakai untuk instrumen astimasi yang dapat mengukur secara akurat seperti yang telah ditunjukkan oleh situasi yang sebenarnya melalui responden.

Dalam melakukan perhitungan uji validitas dari data instrumen dapat menggunakan rumus korelasi produk moment atau biasa juga disebut *person product moment*. Adapun bentuk dari rumus yang digunakan sebagai berikut:

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

Rumus 3.1 Pearson Product Moment

Sumber: Sugiyono (2019)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

X = Variabel bebas

Y = Variabel terikat

N = Jumlah sampel

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur bisa menunjukkan dapat dipercaya atau tidak. Uji ini dilakukan untuk mengetahui serta mengukur konsistensi alat ukur (Wibowo, 2012). Bisa dipercaya ataupun diandalkan merupakan arti dari reliable. Kriteria yang dijadikan untuk pengujiannya yaitu apabila cronbach`s Alpha > 0,6 artinya adalah reliable, atau kebalikannya. Untuk mendapatkan besaran angka reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach* dapat menggunakan rumus berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right) \quad \text{Rumus 3.3 Alpha Cronbach}$$

Sumber: Wibowo (2012)

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

K = jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varian pada butir

σ_1^2 = varian total

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Pengujian ini digunakan dalam rangka untuk mengetahui nilai residual berdasarkan hasil berdistribusi normal atau tidak normal. (Wibowo, 2012). Pada penelitian ini terdapat tiga bentuk uji normalitas agar lebih meyakinkan bahwa model berdistribusi normal atau tidak sebagai berikut:

1. Apabila berbentuk lonceng, kurva pada histogram bisa disebut bahwa model berdistribusi normal.
2. Model distribusi dapat dikatakan normal apabila terdapat titik-titik pada diagram *Normal P-P Plot Regression Standardized* terdapat disekitar garis.
3. Model distribusi dikatakan normal apabila pada uji *Kolmogorov-Smirnov* nilai signifikansi $> 0,05$.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Pada uji ini berguna untuk melihat korelasi antar variabel bebas didalam model regresi. Uji multikonearitas dapat dideteksi dengan melihat *tool* uji yang dinamakan *Variance Inflation Factors* (VIF). Apabila nilai VIP < 10 maka model regresi bebas dari asumsi multikolinearitas. begitupun sebaliknya, apabila nilai VIP > 10 maka terdapat gangguan multikolinearitas pada model regresi tersebut.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat perbedaan varian antara residual berdasarkan pengamatan yang berbeda. Apabila terdapat persamaan varian rersidual dari suatu pengamatan ke

pengamatan yang lain, maka disebut dengan heteroskedisitas. Dalam penentuan kriteria yaitu melalui uji pada *Scatterplot* apabila tersebar titik-titik data di sekitar 0, maka dinyatakan tidak terdapat heterokedasitas. Jika hasil nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikansi $>$ nilai alpha nya (0,05), maka model tidak mengalami heterokedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier digunakan dengan harapan agar menemukan tingkat hubungan yang bersifat linier 2 maupun lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Regresi linier berganda merupakan perpanjangan dari regresi linier sederhana yang mana variabel bebas atau independen minimal memiliki dua variabel (Sanusi, 2014). Regresi linier berganda dapat ditampilkan dalam bentuk persamaan berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda

Sumber: Wibowo (2012)

Keterangan:

Y = Variabel terikat

X_1, X_2, X_3 = Variabel bebas

b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi

a = konstanta

e = variabel peganggu

3.8.4.2 Uji Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui kontribusi terhadap suatu variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun rumus yang digunakan pada koefisien determinasi sebagai berikut:

$Kd = r \times 100\%$	Rumus 3.5 Koefisien determinasi
-----------------------	--

Sumber: Wibowo (2012)

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji T (Regresi Parsial)

Teknik ini digunakan untuk memahami pada model regresi variabel independen secara segmentasi berdampak signifikan terhadap variabel dependen. Sementara riset ini uji T dipakai untuk mengetahui pengaruh inovasi produk serta *word of mouth* pada keputusan pembelian. Uji ini juga dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Untuk menggunakan uji t harus memenuhi syarat uji statistik parametrik. H_0 diterima apabila t hitung \leq t tabel atau jika nilai signifikan $> 0,05$, dan ditolak jika t hitung $>$ t tabel atau jika nilai signifikan $< 0,05$. Adapun rumus yang terdapat yaitu

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{n-r^2}}$$

Rumus 3.1 Rumus uji T

Sumber: Wibowo (2012)

Keterangan:

t = nilai t hitung yang kemudian dikonsultasikan oleh t_{tabel}

r = koefisien korelasi

r^2 = koefisien determinasi

n = jumlah sampel

3.8.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengidentifikasi apakah berdampak secara serentak variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji hipotesis dengan menggunakan uji F bermaksud untuk mengetahui adanya pengaruh dari inovasi produk (X1), *word of mouth* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Adapun hipotesis dalam uji ini yaitu:

1. H_0 diterima dan H_a ditolak jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ atau jika nilai signifikansi $> 0,05$
2. H_0 diterima dan H_a ditolak jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau jika nilai signifikansi $< 0,05$