

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Menurut Kurniawan (2014:67), desain penelitian adalah suatu pedoman kerja penelitian agar dapat berjalan efektif dan efisien. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:14), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.

#### **3.2 Defenisi Operasional Variabel**

Menurut Sugiyono (2016:38), definisi variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

##### **3.2.1 Variabel Independen/Variabel Bebas (X)**

Menurut Sugiyono (2016:39), Variabel Independen/Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

### 3.2.1.1 Produk ( $X_1$ )

Produk adalah segala sesuatu baik yang berwujud barang atau jasa termasuk di dalamnya masalah harga, warna, nama baik toko/pabrik, dan sebagainya yang digunakan untuk memuaskan konsumen, dimana setiap barang atau jasa tersebut memiliki manfaat yang berbeda

Menurut Tjiptono (2013: 95) beberapa indikator-indikator yang diuraikan dari produk adalah sebagai beriku

1. Design produk yang menarik (*design*)
2. Keanekaragaman produk (*product variety*)
3. Kualitas (*quality*)
4. Nama Merek (*brand name*)
5. Ukuran (*size*)

### 3.2.1.2 Promosi ( $X_2$ )

Promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller dalam (Nainggolan dan Heryenzus, 2018: 44), indikator promosi adalah:

1. Memberitahu
2. Membujuk
3. Mengingat

### **3.2.1.3 Saluran Distribusi ( $X_3$ )**

Saluran distribusi adalah lembaga-lembaga yang memasarkan produk berupa barang atau jasa dari produsen ke konsumen.

Menurut Kirom (2012: 65) Adapun indikator yang dikaji pada saluran distribusi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tempat
2. Waktu
3. Bentuk
4. Informasi

### **3.2.2 Variabel Dependen/Variabel Terikat (Y)**

Menurut Sugiyono (2016:39), Variabel Dependen/Variabel Terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

#### **3.2.2.1 Minat Beli**

Minat beli konsumen adalah perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan suatu keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012: 570) minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator- indikator sebagai berikut:

1. Minat transaksional
2. Minat refrensial
3. Minat preferensial
4. Minat eksploratif

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator – indikator yang membentuknya. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 3.1** Operasional Variabel

Variabel	Indikator Variabel	Skala Ukur
Produk ( $X_1$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Design produk yang menarik (<i>design</i>)</li> <li>2. Keanekaragaman produk (<i>product variety</i>)</li> <li>3. Kualitas (<i>quality</i>)</li> <li>4. Nama Merek (<i>brand name</i>)</li> <li>5. Ukuran (<i>size</i>)</li> </ol>	Likert
Promosi ( $X_2$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberitahu</li> <li>2. Membujuk</li> <li>3. Mengingat</li> </ol>	Likert
Saluran Distribusi ( $X_3$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tempat</li> <li>2. Waktu</li> <li>3. Bentuk</li> <li>4. Informasi</li> </ol>	Likert
Minat Beli (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat transaksional</li> <li>2. Minat refrensial</li> <li>3. Minat preferensial</li> <li>4. Minat eksploratif</li> </ol>	Likert

Sumber: Data Diolah (2019)

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari PT Robusta Bhinneka

Cipta Selaras jumlah rata-rata konsumen yang dari 6 bulan terakhir mencapai 300 orang, sehingga populasi dalam penelitian ini yaitu sekitar 300 orang.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016:81), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena terbatasnya dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah secara *random sampling* yaitu penambilan sampel dilakukan secara acak. Jumlah sampel dalam penelitian ini diketahui dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat error 5%. Maka ukuran sampel adalah:

$$n = \frac{N}{1+N.e^2} \quad \text{Rumus 3.1. Rumus Slovin}$$

Keterangan :

n = Besaran Sampel

N = Besaran Populasi

e = Nilai Kritis

Maka diperoleh sampel sebagai berikut:

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

$$n = \frac{300}{1 + 300(0.05)^2}$$

$$n = 171,4$$

Berdasarkan perhitungan di atas, jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 171,4 jika dibulatkan menjadi 171. Sehingga jumlah responden yang dijadikan sampel sebanyak 171 orang.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data sebagai bahan penelitian yang digunakan beberapa metode sebagai berikut:

#### **1. Pengamatan Langsung (Observasi)**

Dalam hal ini penulis melakukan pengamatan langsung terhadap unit-unit yang ada hubungannya dengan objek yang diselidiki dan mengadakan pencatatan-pencatatan tentang aktivitas Konsumen PT Robusta Bhinneka Cipta Selaras.

#### **2. Studi Pustaka**

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literature, jurnal-jurnal, referensi website yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

#### **3. Kuesioner**

Dalam hal ini penulis menyebarkan daftar pertanyaan dan penyebaran kuesioner kepada responden yaitu Konsumen PT Robusta Bhinneka Cipta Selaras.

Skala pengukuran kuesioner ini menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka

variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. (Sugiyono, 2016: 93)

Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa antara lain:

**Tabel 3.2** Skala Likert

No	Jenis Jawaban	Bobot
1	SS= Sangat Setuju	5
2	S= Setuju	4
3	R= Ragu-Ragu	3
4	TS= Tidak Setuju	2
5	STS= Sangat Tidak Setuju	1

### 3.5 Teknik Analisis Data

#### 3.5.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016:147), statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan dalam menganalisis data dengan mendeskripsikan/menggambarkan data yang sudah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa memiliki maksud membuat kesimpulan yang berlaku pada generalisasi.

Analisis ini bertujuan untuk menjabarkan tingkah laku data sesuai kelompok data yang saling memiliki hubungan. Penelitian ini dilakukan dengan mengelompokkan data bersumber dari variabel data dalam menjawab hipotesis deskriptif sesuai dengan masalah penelitian.

Hasil dari kuesioner yang disebarkan pada penelitian ini dilakukan analisis deskriptif untuk mengetahui gambaran yang diteliti dengan melihat distribusi jawaban responden dan nilai mean. Analisis deskriptif ini ditentukan rentang skal dan kriteria sebagai berikut:

**Tabel 3.3** Kriteria Analisis Deskriptif

<b>Rentang Skala</b>	<b>Kriteria</b>
1,00 -1,79	Sangat Tidak Baik/Sangat Rendah
1,80 -2,59	Tidak Baik/Rendah
2,60 -3,39	Cukup/Sedang
3,40 -4,19	Baik/Tinggi
4,20 -5,00	Sangat Baik/Sangat Tinggi

Sumber:(Muhidin dan Abdurahman, 2017:146)

### 3.5.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### 3.5.2.1 Uji Validitas

Menurut Kurniawan (2014:89), uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahan sautu alat ukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya data. Data dapat dikatakan valid bila pertanyaan kuesioner dapat mengungkapkan suatu yang diukur dengan melakukan uji signifikan. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan  $r_{hitung}$  jika lebih besar dari  $r_{Tabel}$  maka indikator dinyatakan valid dan sebaliknya jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{Tabel}$  maka indikator dinyatakan tidak valid. Pengujian ini menggunakan program SPSS dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{Tabel}$  maka pertanyaan di nyatakan valid
2. Jika  $r_{hitung} < r_{Tabel}$  maka pertanyaan di nyatakan tidak valid.

### 3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Kurniawan (2014:102), uji reliabilitas yaitu uji yang digunakan untuk mengetahui konsistensi dan kestabilan suatu alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan. Pengujian dengan menggunakan SPSS versi 24. Alat ukur dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* >0.6.

### 3.5.3 Uji Asumsi Klasik

#### 3.5.3.1 Uji Normalitas

Menurut Kurniawan (2014:156), uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut.

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya serta menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi persyaratan normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal atau grafik histogram, serta menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi persyaratan normalitas.

Adapun kriteria data berdistribusi normal atau tidak berdasarkan Uji Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut:

1. Angka signifikansi Uji Kolmogorov-Smirnov Sig. > 0,05 menunjukkan data berdistribusi normal.
2. Angka signifikansi Uji Kolmogorov-Smirnov Sig. < 0,05 menunjukkan data tidak berdistribusi normal.

### 3.5.3.2 Uji Multikolonieritas

Menurut Kurniawan (2014:157), uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lainnya atau tidak terjadinya korelasi di antara variabel independen. Untuk menguji multikolonieritas yang harus dilakukan yaitu dengan membandingkan nilai suatu toleransi (*tolerance value*) dan nilai *variance inflation factor (VIF)* dengan nilai yang di syaratkan yaitu nilai toleransi  $> 0.01$  dan  $VIF < 10$ .

### 3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Kurniawan (2014:156), uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians variabel dalam model tidak sama. Heteroskedastisitas tidak terjadi apabila nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas dalam model regresi ini tidak signifikan secara statistik. Mendeteksi ada atau tidak heteroskedastisitas yang dilakukan dengan cara melihat hasil dari nilai signifikansi regresi apabila lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan apabila lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

Konsekuensi heteroskedastisitas dalam model regresi adalah penaksiran yang diperoleh tidak efisien, baik dalam sampel kecil maupun dalam sampel besar. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk melihat adanya kasus heteroskedastisitas adalah dengan memperhatikan *plot* dari sebaran residual (\*ZRESID) dan variabel yang diprediksikan (\*ZPRED). Jika sebaran titik-titik

dalam *plot* tidak menunjukkan adanya suatu pola tertentu, maka dapat dikatakan bahwa model terbebas dari asumsi heteroskedastisitas.

### 3.5.4 Uji Pengaruh

#### 3.5.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Kurniawan (2014:194), analisis regresi berganda merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel-variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) dengan variabel terikat ( $Y$ ). Model regresi dinyatakan dalam persamaan:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

**Rumus 3.2** Regresi Linear Berganda

Keterangan :

- Y : Keputusan Konsumen
- a : Konstanta
- $b_1$  : Koefisien Produk
- $b_2$  : Koefisien Promosi
- $b_3$  : Koefisien Saluran Distribusi
- $x_1$  : Produk
- $x_2$  : Promosi
- $x_3$  : Saluran Distribusi

#### 3.5.4.2 Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi berguna mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Jika nilai koefisien

determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat terbatas. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Kurniawan, 2014: 185).

Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

### **3.5.5 Uji Hipotesis**

#### **3.5.5.1 Uji Parsial (Uji t)**

Uji parsial (uji t) berguna untuk menguji pengaruh variabel *independent* apakah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *dependent* (Y) secara parsial. Kaedah pengambilan keputusan dalam uji t dengan menggunakan SPSS versi 24 dengan tingkat signifikansi 5% adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan  $< 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Berarti ada pengaruh antara variabel yang diuji.
2. Jika nilai signifikan  $> 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berarti tidak ada pengaruh antara variabel yang diuji.

#### **3.5.5.2 Uji Simultan (Uji F)**

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel lain dianggap konstan, dengan batas toleransi kesalahan (*standart error*) 5% ( $\alpha = 0.05$ ).

Kriteria pengujian :

1.  $F_{Hitung} > F_{Tabel}$  dan nilai Sign.  $< 0.05 = H_0$  ditolak.
2.  $F_{Hitung} < F_{Tabel}$  dan nilai Sign.  $> 0.05 = H_0$  diterima.

### 3.5.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

#### 3.5.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada konsumen PT Robusta Bhinneka Cipta Selaras yang berlokasi di Komplek Bumi Indah Batam.

#### 3.5.6.2 Jadwal Penelitian

**Tabel 3.4**Jadwal Penelitian

Tahap Penelitian	Oktober				November				Desember				Januari				Februari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■																			
Pencarian Data Awal		■	■	■																
Penyusunan Penelitian					■	■	■	■												
Kuesioner									■	■	■	■								
Bimbingan Penelitian													■	■	■	■				
Penyelesaian Skripsi																	■	■	■	■

Sumber: Data diolah (2019)