

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Tahapan penelitian yang digunakan dalam pengerjaan skripsi ini sebagai berikut:

1. Studi literatur

Pembacaan, pencatatan, dan pengelolaan bahan penelitian yang dikumpulkan, bersama dengan aktivitas yang terkait dengan metode pengumpulan data perpustakaan, semuanya dilakukan untuk lebih memahami preferensi konsumen dan bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

2. Identifikasi masalah

Mengingat klarifikasi tentang latar belakang, berikut ini adalah bukti yang dapat dikenali dari masalah tersebut dalam ulasan ini. Apa faktor kecenderungan pembeli yang memengaruhi keputusan pembelian di tempat depot air minum untuk meningkatkan pendapatan.

3. Rumusan masalah

Penelitian ini mengajukan pertanyaan dalam menanggapi identifikasi masalah. Beberapa faktor mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di depot air minum di Kota Batam.

4. Pengumpulan data

Dalam tahapan ini penulis mulai mengumpulkan data tentang karakteristik preferensi konsumen dengan membagikan kuesioner kepada konsumen depot air minum di Kota Batam.

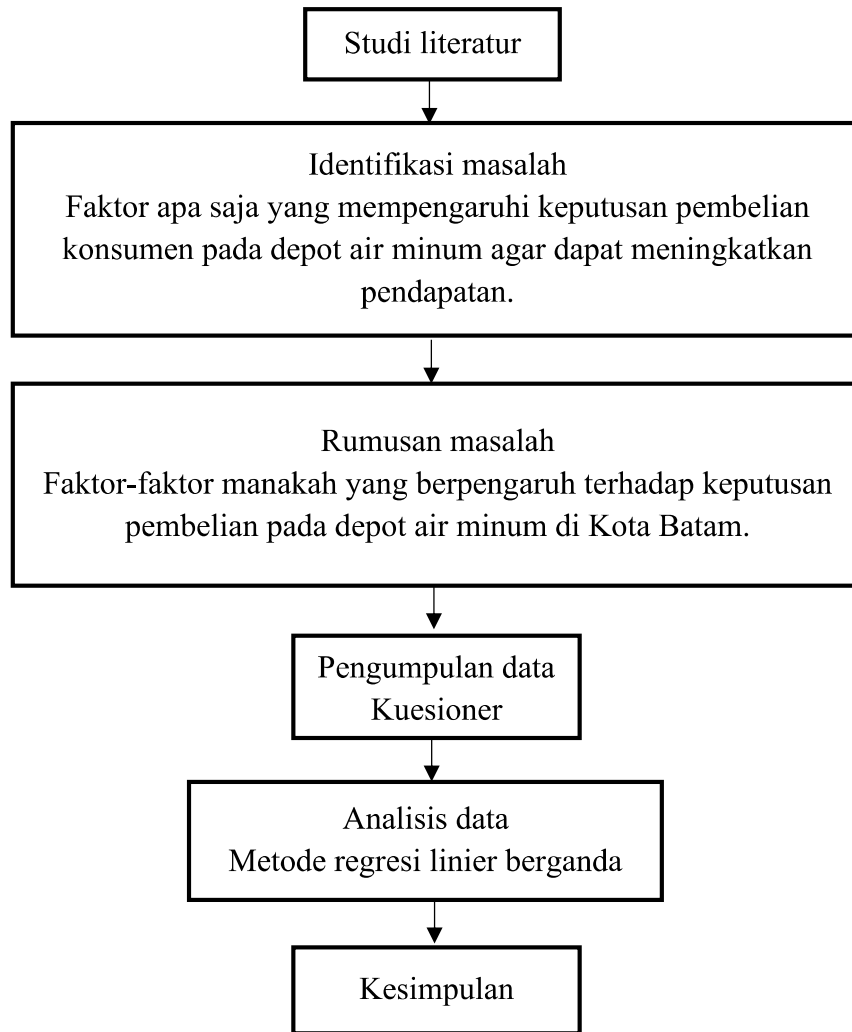
5. Analisis data

Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis data berupaya mengkuantifikasi kekuatan pengaruh faktor-faktor independen terhadap variabel dependen.

6. Kesimpulan

Setelah semua proses selesai penulis mendapatkan kesimpulan ini dan akan dibawa ketahap selanjutnya apakah sudah cukup atau apakah perlu ditinjau ulang kembali.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.2.



Gambar 1. 2 Desain Penelitian

3.2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan kumpulan karakteristik, hal, atau kegiatan yang telah dipilih oleh peneliti untuk membantu dalam membuat kesimpulan.

Berikut definisi operasional dan konsep pengukuran variabel:

Definisi dan konsep operasional untuk pengukuran variabel adalah sebagai berikut:

- A. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian, berikut indikator keputusan pembelian:

- 1) Saya membeli ulang pada depot air minum karena kualitas produk hasil isi ulang memuaskan.
- 2) Saya berlangganan pada depot air minum karena lokasi nya mudah di akses atau strategis.
- 3) Harga jual yang relative murah menjadikan saya berlangganan pada suatu depot air minum.
- 4) Promosi yang diadakan oleh suatu depot air minum menarik minat saya untuk melakukan pembelian.

B. Variabel independen dalam penelitian ini adalah preferensi konsumen, berikut karakteristik preferensi konsumen:

1. Kualitas Produk.

Depot air minum dapat mengevaluasi dan meningkatkan kualitas barang yang dipasarkan dengan bantuan persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Indikasi kualitas produk sebagai berikut:

- a. Kualitas air minum yang dijual oleh depot tidak berbau dan jernih.
- b. Kualitas air minum yang dijual oleh depot sesuai dengan standar kesehatan menjadikan saya yakin untuk berlangganan.

2. Harga.

Penilaian dari segi harga oleh konsumen untuk mengetahui apakah melalui segi harga dan segi kualitas yang di pasarkan telah sesuai. Indikator harga sebagai berikut:

- a. Harga pengisian ulang oleh depot air minum sesuai dengan kualitas produk.

- b. Harga pengisian ulang oleh depot air minum yang terjangkau.
 - c. Harga pengisian ulang oleh depot air minum sesuai dengan kualitas pelayanan.
3. Lokasi.

Pemilihan lokasi yang strategis dapat memberikan dampak positif dalam keberlangsungan kegiatan depot air minum di Kota Batam. Indikator lokasi sebagai berikut:

- a. Lokasi depot air minum yang mudah dijangkau.
 - b. Lokasi depot air minum dekat dengan tempat tinggal saya selaku konsumen.
 - c. Lokasi depot air minum memiliki lahan parkir yang luas.
4. Promosi.

Promosi dapat menjadi strategi dalam menarik minat membeli para konsumen. Indikator promosi sebagai berikut:

- a. Adanya pemberlakuan gratis 1 kali isi ulang setelah melakukan pembelian pada depot air minum menarik minat beli saya.
- b. Pembagian stiker gratis atau kupon haidah pada depot air minum menarik minat beli saya.

3.3. Populasi dan Sampel

A. Populasi.

Populasi umum dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Batam yang pernah melakukan pembelian di depot persediaan air minum.

B. Sampel

Menggunakan metode *simple random sampling* dan strategi pendekatan menggunakan *probability sampling*. Mengenai batasan waktu, biaya, dan pentingnya analisis statistik. Penulis menerapkan sampel kecil yaitu 30 responden. Menurut Sugiyono, penelitian tersebut memiliki setidaknya 30 sampel yang layak secara statistik (Zetli 2018). Konsumen berusia antara 17 hingga 50 tahun yang mampu memberikan informasi yang diperlukan dipilih sebagai responden dan digunakan sebagai sumber data. Teknik penyebaran kuesioner digunakan agar mendapatkan data.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

A. Studi literatur.

Tinjauan literatur dilakukan untuk mempelajari lebih lanjut tentang banyak ide yang diperlukan untuk menemukan preferensi pelanggan untuk mendukung komposisi penelitian ini.

B. Survei.

Guna mengumpulkan informasi untuk penelitian ini, dilakukan survei dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen depot air minum di Kota Batam.

C. Kuesioner.

Atribut responden dan preferensi konsumen dipertanyakan dalam kuesioner. Kuesioner ini didasarkan pada temuan dari studi sebelumnya. Skala peringkat model Likert adalah unit pengukuran yang dipilih. Menurut Sugiyono, tujuan dari skala likert adalah untuk mengukur seberapa kuat

setuju atau tidak setujunya seorang responden terhadap suatu pernyataan (Fernando and Mayliza 2019). Preferensi konsumen dilihat dari hasil kesukaan konsumen melalui kuesioner dengan ketentuan skala likert:

- A. Sangat tidak setuju (STS) = 1,
- B. Tidak setuju (TS) = 2,
- C. Cukup (C) = 3,
- D. Setuju (S) = 4, dan
- E. Sangat setuju (SS) = 5 poin.

3.5. Teknik Analisis Data

A. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah prosedur untuk membuat data penelitian tabular lebih dapat dipahami dan ditafsirkan. Rangkuman, organisasi, atau susunan data disajikan dalam bentuk tabulasi dalam bentuk grafik dan tabel numerik. Para peneliti biasanya menggunakan analisis deskriptif untuk memberikan rincian tentang ciri-ciri variabel penelitian utama dan demografi responden.

B. Analisis Statistik

1. Uji Validitas

Teknik pengukuran yang tepat menentukan validitas data penelitian. Derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap makna sebenarnya yang diukur disebut sebagai validitas dalam penelitian. Dengan kata lain, instrumen tersebut dapat mengukur konstruk seperti yang diharapkan oleh peneliti. Mencapai tingkat kesesuaian yang tinggi antara data yang diperoleh dan apa yang diyakini dalam pengukuran adalah hal terkecil yang dapat dilakukan untuk menilai validitas suatu

alat pengukur. Untuk tingkat signifikansi 5% atau 0,05 derajat kebebasan ($df = n - 2$), dimana n adalah jumlah sampel, uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r -hitung dengan nilai r -tabel. Jika nilai r -hitung $>$ r -tabel data diterima, maka r -hitung $<$ r -tabel data tidak diterima. Program IBM SPSS *for Windows* digunakan untuk menghitung nilai r -hitung, yang didukung oleh nilai korelasi dari semua elemen yang berkorelasi. Namun, karena validitas data menuntut konsistensi, diperlukan data penelitian yang dapat diandalkan.

2. Uji Reliabilitas

Premis mendasar dari konsep tersebut, yaitu konsistensi, dapat digunakan untuk memahami konsep reliabilitas. Tingkat akurasi, presisi, atau reliabilitas yang ditunjukkan oleh suatu alat ukur disebut reliabilitas. Alasan uji kualitas yang reliabel adalah untuk melihat apakah instrumen dapat memberikan hasil yang serupa bila digunakan berulang kali. Dengan memeriksa konsistensi objek yang sudah ada, pengujian dapat dilakukan. Koefisien adalah indeks numerik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas.

Jika nilai instrumen Cronbach alpha (α) $>$ 0,60, maka dianggap dapat diandalkan. Di sisi lain instrumen dianggap tidak dapat dipercaya atau tidak dapat diandalkan ketika Cronbach alpha (α) $<$ 0,60. Hanya pernyataan atau pertanyaan yang lulus validitas yang layak untuk uji reliabilitas. Uji reliabilitas tidak perlu dilanjutkan jika tidak memenuhi persyaratan uji validitas. Sekalipun data studi sangat andal, validitasnya mungkin masih dipertanyakan.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah regresi variabel dependen dan independen dalam model berdistribusi normal atau tidak. Model regresi dengan distribusi normal atau mendekati normal adalah model yang baik. Uji Kolmogorov-Smirnov (uji K-S) dan metode analisis plot grafik histogram sama-sama digunakan dalam penelitian ini. Dengan memeriksa apakah letak histogram berada di tengah atau tidak, dilakukan analisis normalitas data menggunakan plot histogram. Data tidak terdistribusi secara teratur jika posisi histogram agak miring ke kiri atau ke kanan. Sedangkan nilai probabilitas signifikan atau *asympt Sig* diperiksa saat melakukan analisis normalitas dengan menggunakan uji K-S. Memiliki kriteria yang menyatakan bahwa jika *asympt Sig* > 0,05 maka data berdistribusi normal; jika *asympt Sig* < 0,05, data tidak berdistribusi normal.

4. Uji Multikolinearitas

Alasan untuk kondisi multikolinearitas adalah untuk memutuskan apakah ada hubungan faktor-faktor bebas. Korelasi antar variabel independen harus selalu dihindari dalam model regresi yang baik. Jika faktor-faktor otonom dikaitkan secara andal, faktor-faktor bebasnya tidak simetris. Variasi ortogonal adalah variasi bebas yang identik dengan nol. Pengujian multikolinearitas diturunkan dari hipotesis VIF dan *tolerance*. Dengan *tolerance*, variabel bebas yang lemah yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya dihilangkan. Nilai yang biasanya digunakan untuk mengetahui adanya banyak kolinearitas adalah nilai *tolerance* > 0,01 atau setara dengan nilai VIF < 10. Hal ini dikarenakan $VIF = 1/tolerance$.

5. Uji Heteroskedasitas

Alat ini bertujuan untuk menentukan apakah variansi antara residual suatu pengamatan dan residual lainnya terjadi dalam suatu model regresi. Homoskedastisitas digunakan ketika penyimpangan dari satu pengamatan residual ke pengamatan residual lainnya berlanjut. Model adalah apa yang diantisipasi untuk terjadi. Keseimbangan heterogen terjadi ketika fluktuasi antara residu dari satu persepsi dan persepsi lainnya berbeda.

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah metode yang digunakan untuk memastikan bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Keputusan pembelian (Y) merupakan variabel dependen dalam penelitian ini, dan faktor yang digunakan sebagai variabel independen adalah kualitas produk, harga, lokasi, dan promosi. Analisis regresi linier berganda ini menggunakan model sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

$b_1 b_2 b_3 b_4$ = Parameter regresi

X1 = Kualitas produk

X2 = Harga

X3 = Lokasi

X4 = Promosi

C. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji-t)

Dengan anggapan bahwa variabel independen lainnya memiliki nilai yang stabil, pengujian hipotesis secara parsial atau dikenal juga dengan uji t pada dasarnya menggambarkan pengaruh satu variabel independen dalam menjelaskan fluktuasi variabel dependen. Pada akhirnya ditentukan apakah hipotesis yang dirumuskan, H_a diterima atau ditolak.

Merumuskan hipotesis operasional:

- 1) H_0 : Variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) H_a : Variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) H_0 diterima apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikan $> 0,05$, maka tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikan $< 0,05$, maka terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Uji Simultan (Uji F)

Menghitung koefisien F memungkinkan pelaksanaan seluruh pengujian. Tabel-F kemudian digunakan untuk memeriksa koefisien F pada tingkat kebebasan dan ketidaktelitian tertentu. Ketika F-hitung melebihi F-tabel, diasumsikan bahwa kelompok yang dibandingkan sangat berbeda satu sama lain. Sebaliknya, dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara kelompok yang

dibandingkan secara keseluruhan jika F_{hitung} lebih rendah dari F_{tabel} . Langkah-langkah yang digunakan adalah:

- a) Jika nilai $f_{hitung} < \text{nilai } f_{tabel}$, atau nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b) Jika nilai $f_{hitung} > \text{nilai } f_{tabel}$, atau nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kriteria pengambilan keputusan:

- a) H_0 : Pengaruh simultan kualitas produk, harga, lokasi, dan pemasaran terhadap keputusan pembelian tidak ada.
- b) H_a : Kualitas produk, harga, lokasi, dan promosi semuanya berpengaruh pada keputusan pembelian.

3. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa kapasitas variabel independen untuk menjelaskan varians dalam variabel dependen sangat terbatas. Jika nilainya mendekati 1, maka variabel independen hampir seluruhnya memenuhi persyaratan untuk memprediksi variasi variabel independen.