

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Adapun pengumpulan data berupa pertanyaan dan angka, akan dianalisis dengan metode statistic untuk mempermudah interpreasi masing-masing variable penelitian. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan penelitian dengan menggunakan angka sebagai data (Waruwu, 2023).

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat replica atau mengembangkan suatu teori berdasarkan penelitian yang sudah ada.

3.3 Lokasi Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Survei dilakukan di Point Coffee Simpang Nato, Untuk memperoleh data-data.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode atau jangka yang dibutuhkan selama 7 bulan dimulai dari perumusan masalah sampai pada penyusunan skripsi.

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

Kegiatan Penelitian	2024						2025
	Juli	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	Jan
Studi Pustaka							
Perumusan Masalah							
Pengajuan Proposal Skripsi							
Pengumpulan Data							
Analisa Data							
Penyusunan Skripsi							

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi dalam penelitian didefinisikan sebagai kumpulan individu tau objek yang memiliki karakteristik serupa, berada dalam batas ruang dan waktu tertentu, dan menjadi subjek utama untuk pengumpulan data analisis (Suriani et al., 2023). Subjek pada penelitian ini adalah konsumen Point coffee Simpang Nato. Jumlah populasi dalam penelitian berdasarkan yang tertera pada latar belakang berjumlah 6628 pengunjung dari bulan Mei sampai bulan September 2024. Dengan populasi yang sangat banyak sehingga peneliti memiliki ketebatasan waktu dalam mempelajari dan melakukan observasi, maka peneliti akan melakukan sampel dari Populasi pengunjung di Point Coffee Simpang Nato.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian representatif yang dipilih dari keseluruhan populasi yang menjadi objek. Sampel digunakan karena populasi terlalu banyak, sehingga diambil sebagian karakteristiknya untuk mempermudah dalam mempelajari dan mengambil datanya. Proses pengambilan sampel dapat melalui prosedur yang ditetapkan meliputi jumlah dan ukuran suatu benda, orang dan sebagainya yang dipilih dan dijadikan sebagai observasi (Candra Susanto et al., 2024). Dikarenakan Populasi pengunjung Point Coffee berjumlah besar maka rumus yang akan digunakan untuk menentukan ukuran sampel adalah rumus *Lemeshow*.

Rumus *Lemeshow* (Setiawan et al., 2022) adalah :

$$\eta = \frac{z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan

η : Jumlah sampel

z : Nilai standar 95% = 1.96

p : Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d : alpa (0,10) atau sampling eror = 10%

maka perhitungan penentu ukuran sampe sebagai berikut :

$$\eta = \frac{z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

$$\eta = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times (1 - 0.5)}{0.01}$$

$$\eta = \frac{3.8416 \times 0.25}{0.01}$$

$$\eta = \frac{0.9604}{0.01} = \mathbf{96,04}$$

Karena ukuran sampel yang disebutkan diatas adalah 96.04, maka total sampel dibulatkan jadi 100, jadi total responden adalah 100

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik *Purposive Sampling* diterapkan untuk menentukan partisipan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini digunakan untuk pengambilan sampel pada responden dalam suatu kelompok yang akan memberikan informasi atau data yang diperlukan. Kriteria yang ditetapkan adalah

1. Responden merupakan masyarakat Simpang Nato
2. Responden merupakan masyarakat Simpang Nato yang pernah membeli produk Point Coffee.
3. Responden yang berusia 20 tahun keatas

3.5 Sumber Data

Data primer dan skunder adalah dua kategori data utama yang digunakan. Data primer berasal langsung dari pelanggan Point Coffee Simpang Nato. Sedangkan data skunder berasal dari sumber-sumber sebelumnya.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Point Coffee Simpang Nato dengan sejumlah pertanyaan yang akan di jawab dan dapat diakses melalui google form. Skala Likert untuk mengukur persepsi sikap, dan kepuasan responden terhadap produk yang pernah mereka konsumsi. Kuesioner yang disebarluaskan menggunakan alat pengukuran ini. Skala likert digunakan sebagai optimasi, mengukur tingkat kepuasan dan mengukur validitas dan reabilitas dalam penelitian (Utomo et al., 2023).

Tabel 3. 2 Angka Pemberian Skor

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

Sumber : Data diolah Oleh Peneliti

3.7 Definisi Operasional Varibel Penelitian

Konsep menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini adalah Variabel. Variabel ini memiliki nilai dan akan dianalisis untuk menghasilkan kesimpulan. Penelitian ini akan mengidentifikasi dan menganalisis dua jenis variabel utama, yaitu variabel bebas (X) yang mempengaruhi dan variabel terikat (Y) yang dipengaruhi.

3.7.1 Variabel Independent

Variabel bebas terdiri dari Kualitas produk (X1), Promosi (X2) dan inovasi produk (X3).

Tabel 3. 3 Devinisi Operasional Variabel Independent

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Kualitas Produk (X1)	Kualitas Produk adalah cerminan keunggulan produk yang mampu memenuhi kebutuhan peanggan secara optimal (Syafriada & Putra, 2023).	- Rasa - Aroma - Tampilan fisik - Daya tahan - Kesesuaian (Siwu et al., 2021)	Likert
2.	Promosi (X2)	Promosi adalah rangkaian aktivitas yang dilakukan untuk menyukkseskan kegiatan pemasaran, promosi menjadi penentu tercapainya kegiatan pemasaran (Woen & Santoso, 2021).	- Advertising - Promosi Penjualan - Hubungan Pelanggan - Penjualan Individu - Pemasaran langsung (Supriyani & Faroh, 2023)	Likert
3.	Inovasi Produk (X3)	Inovasi merupakan upaya perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang inovatif. (Indriyani et al., 2023).	- Kualitas produk - Varian produk - Desain produk - Pengembangan Produk - Fitur Produk (Tehuayo, 2021)	Likert

3.7.2 Variabel dependent

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan pembelian (Y)

Tabel 3. 4 Devinisi Operasional Variabel dependent

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian adalah hasil akhir dari proses kognitif yang kompleks, dimana konsumen mengevaluasi berbagai alternative berdasarkan kebutuhan, keinginan dan pengaruh lingkungan serta mempertimbangkan aspek rasioanal dan emosioanal sebelum membeli (Restiani Widjaja & Wildan, 2023).	- Tujuan Pembelian - Pemrosesan informasi - Kesiapan pada produk - Merekomendasikan - Pembelian ulang (Siwu et al., 2021)	Likert

3.8 Metode Analisis Data

Teknik yang memiliki tujuan untuk membuktikan hipotesis, menjawab pertanyaan, dan memberikan penjelasan tentang fenomena yang menjadi latar belakang penelitian. Kuantitatif menjadi metode yang digunakan. Setelah data

dikumpulkan akan diolah melalui aplikasi SPSS, dan analisis data berfokus pada analisis statistik deskriptif.

3.8.1 Uji Statistik deskriptif

Merupakan metode yang efektif untuk meringkas data mentah menjadi informasi yang bermakna dan mudah diinterpretasikan. Menyajikan dengan jelas agar dapat diambil makna dan pengertiannya (Martias, 2021). Uji Statistik Deskriptif digunakan sebagai uji analisis data dengan melakukan penetapan dan pengelompokan nilai dan fungsi statistic.

Penetapan dan pengelompokan data dari responden berdasarkan urutan nilai yang merupakan nilai tersebut angka rentang skala yang menggunakan rumus rentang skala (Di et al., 2021) sebagai berikut :

$$RS \frac{m - n}{b}$$

Keterangan

m = skor maksimal : 5

n = skor minimum : 1

b = jumlah skala : 5

maka,

$$RS \frac{5-1}{5}$$

$$RS \frac{4}{5} = 0,8$$

Berdasarkan hitungan maka rentang skala diperoleh 0,8.

Tabel 3. 5 Rentang Skala

No	Pernyataan	Skor
1	1 - 1,8	STS
2	1,8 - 2,6	TS
3	2,6 - 3,4	N
4	3,4 - 4,2	S
5	4,2 - 5,0	SS

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024

3.8.2 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data, untuk memastikan bahwa data tersebut berkualitas.

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji sebagai ukuran keakuratan dan ketepatan suatu data. Kuesioner dinyatakan sah apabila telah melalui uji validitas. Instrumen yang valid adalah instrument yang mampu menghasilkan data relevan dan akurat (Maulana, 2022). mengukur keabsahaan suatu kuesioner maka digunakan persamaan Uji Validitas yang disebut korelasi person atau *Product Moment* (Slamet & Wahyuningsih, 2022).

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

keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi

N = Jumlah Subjek

ΣX = Total skor dari x

Σy = Total skor dari y

Adapun kriteria pengujian yang akan menentukan keabsahan instrumen:

- 1) Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (dengan sig 0.50) kuesioner dinyatakan valid atau dapat diterima
- 2) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ (dengan signifikan 0.50) maka kuesioner dinyatakan tidak valid atau tidak dapat diterima

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur apakah informasi dari kuesioner merupakan informasi yang benar dan dapat dipercaya. Kuesioner yang reliabel merupakan hasil jawaban dari responden yang konsisten dan stabil . Untuk melakukan pengujian rumus *Alpha Cronbach* akan digunakan dalam pengujian (Maulana, 2022) sebagai berikut :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum Si^2}{\sum Si} \right]$$

keterangan :

r_{11} = nilai reliabilitas

k = jumlah butir pertanyaan

S_t = total varian

$\sum Si$ = total varian skor pada setiap item

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Merupakan pengujian wajib dilakukan sebelum interpretasi model regresi linear. Pengujian mencakup Uji Heterokedastisitas, Uji Normalitas dan Uji Multikolinearitas bertujuan memeriksa apakah data penelitian memenuhi syarat-syarat yang diperlukan agar hasil estimasi regresi dapat dipercaya (Rinaldi & Nanang Prayudyanto, 2021) .

3.8.3.1 Uji Normalitas

Tujuannya ialah mengetahui apakah bentuk sebaran data variabel X dan Y sesuai dengan kurva distribusi normal. One Kolmogorov Smirnov merupakan metode pengujian Normalitas dengan kriteria pengujian (Filbert et al., 2024) :

- 1) Bila nilai signifikan $> 0,1$ maka data berdistribusi normal
- 2) Bila nilai signifikan $< 0,1$ maka data tidak berdistribusi normal .

3.8.3.2 Heteroskedastisitas

Bertujuan menilai regresi data apakah varian kesalahan dari suatu pengamatan memiliki perbedaan dengan pengamatan lain. Heteroskedastisitas dikatakan ketika terdapat perbedaan dalam varian residual (Satria & Imam, 2024).

3.8.3.3 Multikolienaritas

Pengujian Multikolienaritas menilai apakah terdapat atau tidak hubungan yang erat dalam variabel bebas pada model regresi. Indikator dalam

Multikolienaritas yaitu dengan nilai VIF tidak boleh melebihi 10 dan toleransi 0,1 (Elis & Jaya, 2024).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda memungkinkan mengkuantifikasikan pengaruh X terhadap Y sehingga dapat digunakan untuk membuat prediksi dan pengambilan keputusan yang lebih baik. Teknik yang digunakan untuk menganalisis adanya persamaan dan dijadikan sebagai prediksi, nilai prediksi pada umumnya semakin sedikit tingkat penyimpangan antara nilai sebenarnya, maka persamaan regresi semakin tepat (Simamora, R. & Kevin, 2023). Persamaan yang dapat digunakan adalah (Filbert et al., 2024) :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan

Y = keputusan pembelian (dependen)

X1 = Kualitas Produk (Independen)

X2 = Promosi (Independen)

X3 = Inovasi (Independen)

α = konstanta

e = error (5%)

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Dengan Koefisien determinasi (R^2) tujuannya untuk menilai tingkat keterkaitan antara variabel yang diteliti (Satria & Imam, 2024).

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji T (Uji Parsial)

Uji parsial adalah melihat pengaruh dari variabel dependent maupun variabel independent. Uji parsial yang untuk menilai tingkat signifikansi dari variabel (Filbert et al., 2024). Uji T dengan kriteria :

- 1) Jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima
- 2) Jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 tidak diterima

3.8.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji Simultan menyatakan adanya pengaruh simultan antara variabel bebas dan terikat (Siwu et al., 2021). Hipotesis dalam pengujian dapat dilakukan dengan kriteria :

- 1) Variabel independent tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependent
- 2) Variabel dependent memiliki pengaruh yang signifikan secara bersamaan pada variabel dependent