

BAB III METODE PENELITIAN

1. Objek dan Subjek Penelitian

Menurut Umar (2003) objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Dari pengertian diatas, maka objek dari penelitian ini adalah produk Bakso Idola di Klaten. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang mengkonsumsi Bakso Idola di Klaten.

2. Populasi dan Sampel

Menurut Ferdinan (2006) populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena dipandang sebagai semesta penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang datang dan mengkonsumsi bakso Idola di wilayah Klaten.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Ferdinan (2006) mengatakan bahwa sampel adalah subset dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel.

Pengambilan jumlah sampel ditentukan berdasarkan Roscoe (1975) dalam Sekaran (2013) memberikan acuan dalam pengambilan jumlah sampel, yaitu ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan dengan menggunakan rumus (Widiyanto dalam Kusuma 2015). Apabila populasi berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui maka digunakan rumus :

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

$$n = \frac{1,98^2}{4(0,1)^2}$$

$$= 98,01 = (\text{dibulatkan } 100)$$

Dimana :

n : Jumlah sampel

Z : Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%. Penentuan ini pada $\alpha = 0,5$ adalah 1,98.

Moe : Margin of error, yaitu tingkat kesalahan maksimal yang dapat ditoleransi, ditentukan sebesar 10%.

Dari hasil perhitungan sampel di atas maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik penentuan sampel adalah dengan metode *non probability sampling*. Jenis metode *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel yaitu konsumen yang pernah mengkonsumsi Bakso Idola di Klaten, konsumen yang pernah melakukan pembelian Bakso Idola lebih dari 2 kali, responden yang berusia 18-55 tahun, dengan alasan usia tersebut mampu memberikan informasi dengan jelas dan dapat melakukan penilaian.

C. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan adalah data primer. Dalam upaya memecahkan dan menganalisis permasalahan dalam penelitian ini, maka metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner atau teknik pengumpulan data dengan bersumber dari penyebaran kuisisioner secara langsung kepada 100 responden. Kuesioner yang dibagikan secara langsung oleh penulis kepada responden yaitu konsumen yang datang dan mengkonsumsi Bakso Idola di Klaten.

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi Operasional Variabel memiliki pengertian bahwa variabel-variabel dalam penelitian berupa definisi atribut operasional yang digunakan sebagai spesifikasi dalam menyusun instrumen pertanyaan kuisisioner penelitian berdasarkan indikator operasional variable penelitian. Penjelasan mengenai spesifikasi dan indikator dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel Independen

Menurut Ferdinan (2011) pengertian variabel independen adalah variabel ini mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun negatif.

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen :

a. Kualitas Produk (X1)

Kualitas Produk menurut Kotler & Armstrong (2004) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Variabel ini merupakan persepsi konsumen akan kualitas produk yang dijabarkan dengan indikator– indikator (Adi, 2012) sebagai berikut :

- 1) Menu produk yang bervariasi.
- 2) Cita rasa sesuai dengan harapan konsumen.
- 3) Produk yang disajikan higienis.
- 4) Porsi yang pas.

b. Harga (X2)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk guna memenuhi kebutuhan dan keinginan yang belum terpuaskan. Variabel ini merupakan persepsi konsumen akan harga yang dijabarkan dengan indikator–indikator sebagai berikut (Adi, 2012):

- 1) Harga yang ditetapkan sudah dapat diterima oleh konsumen atau tidak.
- 2) Harga mampu bersaing dengan produk pesaing.
- 3) Kesesuaian harga dengan produk yang ada.

c. Promosi (X3)

Promosi adalah aktifitas pemasaran yang dijalankan atau dilakukan oleh perusahaan untuk menginformasikan, mengenalkan dan membujuk konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Variabel ini merupakan persepsi konsumen akan harga yang dijabarkan dengan indikator – indikator sebagai berikut (Hariadi, 2012)

- 1) Promosi melalui papan nama.
- 2) Promosi melalui internet.
- 3) Promosi melalui spanduk.

2. Variabel Dependen

Menurut Ferdinand (2011), pengertian variabel dependen adalah pokok permasalahan yang menjadi topik dari suatu penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian menurut Kotler (2009) adalah beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Hal ini berkaitan dalam usahanya memenuhi kebutuhan dengan tahap yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, dan menggunakan produk.

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian dengan indikator sebagai berikut (Hariadi, 2012):

- a. Minat membeli dikarenakan adanya kebutuhan atau keinginan.
- b. Keputusan membeli atas dasar informasi dan sumber-sumber lainnya.

c. Keputusan membeli setelah melakukan penilaian dan seleksi terhadap berbagai alternatif.

Rincian tentang variabel-variabel tersebut akan diukur dengan menggunakan skala pengukuran berupa skala likert, yaitu memberikan skor 1-5. Penjelasan penetapan skor adalah sebagai berikut :

- 1) Skor 5 mengidentifikasi Sangat Setuju (SS).
- 2) Skor 4 mengidentifikasi Setuju (S).
- 3) Skor 3 mengidentifikasi Biasa Saja (BS).
- 4) Skor 2 mengidentifikasi Tidak Setuju (TS).
- 5) Skor 1 mengidentifikasi Sangat Tidak Setuju (STS).

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur derajat ketetapan dalam penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur. Uji validitas akan dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi antar subjek pada item pertanyaan dengan skor yang diperoleh dari hasil kuesioner, yaitu dengan mencari nilai koefisien korelasi (r) dari masing-masing pertanyaan dan dibandingkan dengan nilai kritik tabel korelasi r . Alat yang digunakan dalam menguji validitas berupa *Correlations Product Moment* dengan Bantuan SPSS 16. Instrumen dikatakan valid apabila terdapat nilai signifikan pada taraf $\alpha < 0,05$ atau 0,01 yang ditunjukkan dengan tanda * jika nilai korelasi signifikan 0,05 dan tanda ** jika nilai korelasi signifikan 0,01.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat stabilitas dan konsistensi dari instrumen pertanyaan pada kuisisioner untuk menguji kelayakan instrumen pertanyaan tersebut menjadi alat ukur penelitian. Syarat penilaian dalam uji reliabilitas berdasarkan

nilai standar *cronbach alpha*. Apabila $\alpha > \text{cronbach alpha}$ sebesar 0,6 maka kuisioner tersebut reliabel (Alni,2011).

F. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi diantara variabel bebas (independen). Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2009). Deteksi terhadap ada tidaknya multikolonieritas yaitu dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel bebas, dan dapat juga dilihat pada nilai *tolerance* serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0.1, maka dapat dikatakan terbebas dari multikolonieritas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang terdapat homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Imam Ghozali, 2009). Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara lain prediksi variabel terikat (ZPRED) dan residualnya (SRESID). Deteksi terhadap heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah X yang telah diprediksi, sumbu X adalah residual (Y prediksi – y sesungguhnya) yang telah di- studentized. Dasar analisis :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Imam Ghozali, 2009).

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Menurut Ghozali (2009), model regresi yang baik harus memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal, sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah (Ghozali, 2009) :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

G. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi berganda adalah

suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap konsumen yang membeli Bakso Idola di wilayah Klaten. Rumus yang digunakan (Ghazali 2009) :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

β_0 = Konstanta.

β_1 , β_2 dan β_3 = Koefisien regresi

X1 = Kualitas Produk

X2 = Harga

X3 = Promosi

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menunjukkan taraf signifikansi dari pengaruh masing-masing variabel independen terhadap dependen yang terdapat dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan SPSS yang menjelaskan signifikansi model regresi berupa uji F (simultan) dan uji t (parsial). Signifikansi uji t dan uji F dilihat dari hasil analisis pada model regresi dengan asumsi menerima H_a berdasarkan nilai Sig. Prob $< \alpha = 0,05$. Rumusan hipotesis dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Pengujian Hipotesis Dengan Uji F / Uji Simultan

Uji model dengan uji F untuk mengetahui tingkat signifikan variabel independen (kualitas produk, harga dan promosi) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (keputusan pembelian), pengujian ini untuk

menguji hipotesis satu dalam penelitian. Uji F dilakukan hanya untuk mengetahui apakah model yang digunakan baik atau tidak. Untuk mengetahui berpengaruh atau tidaknya variabel independen terhadap variabel dependen dapat diketahui dengan cara melihat p value pada uji t. apabila $p\text{ value} < \alpha = 0,05$ berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesisnya sebagai berikut:

Ho : Kualitas produk, harga dan promosi secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakso Idola di Klaten.

Ha : Kualitas produk, harga dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakso Idola di Klaten.

Kriteria pengujian :

- 1) Signifikan apabila $p\text{ value} < \alpha (0,05)$, Ho ditolak dan Ha diterima, berarti ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Tidak Signifikan apabila $p\text{ value} \geq \alpha (0,05)$, Ha diterima dan menolak Ho, berarti ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Pengujian Hipotesis Dengan Uji t / Uji Parsial

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi masing-masing variabel independen (kualitas produk, harga dan promosi) secara parsial terhadap variabel terikat (keputusan pembelian), pengujian ini untuk menguji hipotesis satu dalam penelitian. Besarnya tingkat signifikan masing-masing variabel dapat diketahui dengan melihat p Value pada uji t. Apabila $p\text{ value} < \alpha (0,05)$ berarti masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2009). Hipotesisnya sebagai berikut :

Ho : Kualitas produk, harga dan promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Ha : Kualitas produk, harga dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian :

1. Signifikan apabila $p \text{ value} < \alpha (0,05)$, Ho ditolak dan Ha diterima, berarti ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Tidak Signifikan apabila $p \text{ value} \geq \alpha (0,05)$, Ha diterima dan menolak Ho, berarti tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi *Adjust R Square*

Pada linear berganda ini, akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya (R^2). Jika (R^2) yang diperoleh mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel.