

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif karena penelitian ini menggunakan data yang terukur, menggunakan metode (alat uji) statistik untuk perhitungan data dan akan menghasilkan suatu kesimpulan. Penelitian kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan atau *Skoring* (Sugiyono 2015;23).

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Objek untuk penelitian adalah konsumen Classic Sweet yang berada di Kota Surabaya, Jawa Timur.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono 2015;61). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh Seluruh Konsumen Classik Sweet di kota surabaya. Karena jumlahnya sangat banyak (tersebar dan sulit diketahui secara pasti), maka dilakukan pengambilan sampel untuk penelitian ini.

### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang baik menurut Sugiyono (2015;74) antara 30-500 responden. Pada penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Nonprobability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Sampling incidental*, menurut Arikunto (2010;183) menjelaskan bahwa *sampling incidental* merupakan penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden yang melakukan pembelian dan atau mengkonsumsi Classic Sweet Surabaya. Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah minimal sampel dalam analisis multivariat.

## **3.4 Jenis dan Sumber Data**

### **3.4.1 Jenis Data**

Data primer diperoleh melalui survey dan observasi lapangan. Survey lapangan yaitu dengan memberikan kuesioer kepada responden. Kuesioer terdiri dari pertanyaan tertentu yaitu pertanyaan yang telah diberikan alternatif jawaban, sehingga responden tidak diberi kebebasan untuk menjawab. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berisi tentang kemasan, kualitas produk, merek, dan harga terhadap keputusan pembelian Classic Sweet di Surabaya.

### 3.4.2 Sumber Data

Data diperoleh dari masyarakat yang telah Mengkonsumsi dan menjadi pelanggan Classic Sweet di Kota Surabaya dan berpartisipasi dalam mengisi kuesioner yang telah diberikan oleh peneliti.

### 3.5 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan dan mengumpulkan data yang dapat menjelaskan dan menjawab permasalahan penelitian secara objektif. Data primer penelitian ini diperoleh menggunakan kuisisioner. Kuisisioner yaitu teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono 2008;199).

Data kuisisioner penelitian ini akan disebarakan pada Konsumen dan menjadi pelanggan Classic Sweet di Kota Surabaya lebih dari satu kali. Hal ini dilakukan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban dari responden.

### 3.6 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

#### 3.6.1 Identifikasi Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, dengan memahami fenomena yang diteliti maka variabel yang ada didalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Bebas atau (*Independent Variable*) dengan simbol X, Kemasan ( $x_1$ ), Kualitas Produk ( $x_1$ ), Merek ( $x_1$ ), Harga ( $x_1$ )
2. Variabel Terikat atau (*Dependent Variable*) dengan simbol Y adalah Keputusan Pembelian Classic Sweet

### 3.6.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan suatu definisi yang diberikan kepada variabel-variabel penelitian yang selanjutnya ditentukan indikator yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Definisi operasionalnya adalah sebagai berikut :

1. Variabel Kemasan ( $X_1$ ) yaitu Pengukuran mengenai tanggapan responden tentang kemasan produk Classic Sweet yang beredar. Indikator Kemasan menurut Kotler dan Armstrong (2008;275) :
  - a. Design Kemasan Meliputi model kemasan, warna, dan kesesuaian kebutuhan
  - b. Mutu Kemasan meliputi melindungi produk, dan bahan kemasan
  - c. Inovasi Kemasan, Kemasan mudah disimpan atau praktis, bisa digunakan kembali, dan mudah dibawa
2. Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) yaitu tanggapan responden setelah mengkonsumsi Classic Sweet. Indikator kualitas produk menurut Kotler (2011;329) :
  - a. Kualitas rasa
  - b. kesesuaian
  - c. ciri khas atau keistimewaan
3. Variabel Merek ( $X_3$ ) yaitu Pengukuran reaksi responden dalam penentuan Classic Sweet sebagai merek produk. Indikator Merek menurut Kotler dan Armstrong (2008;472)
  - a. Menunjukkan manfaat merek meliputi : merek yang dibuat menginformasikan tentang manfaat produk.

- b. Menunjukkan mutu dan warna meliputi : merek yang dibuat menginformasikan tentang mutu produk dan warna produk.
  - c. Mudah diucap, dikenal dan diingat meliputi : merek yang dibuat mudah diucapkan, mudah dikenal dan mudah diingat.
  - d. Mempunyai ciri khas meliputi : merek mempunyai ke khasan tersendiri yang membedakan dengan produk lainnya
4. Variabel Harga ( $X_4$ ) yaitu Pengukuran responden terhadap biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli Classic Sweet. Indikator Harga menurut Limakrisna (2012;61)
- a. Perbandingan harga dengan merek lain
  - b. Harga terjangkau
  - c. Kesesuaian harga dengan kualitas
5. Variabel Keputusan Pembelian (Y), yaitu pengukuran terhadap keyakinan dalam pengambilan keputusan pembelian, indikator menurut Kotler dan Keller (2009;184)
- a. Kemantapan pada produk
  - b. Berminat membeli kembali sebagai respon setelah pembelian produk

### **3.7 Pengukuran Variabel Penelitian**

Pengukuran dari setiap variabel dilakukan dengan alat bantu menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono 2010;93). Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Variabel penelitian ini akan dijabarkan

menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan.

Adapun penggunaan skala 1 - 5 untuk setiap jawaban responden selanjutnya dibagi ke dalam lima kategori yakni:

- SS = Sangat Setuju diberi skor 5
- S = Setuju diberi skor 4
- R = Ragu-ragu diberi skor 3
- TS = Tidak Setuju diberi skor 2
- STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

Setelah skor diperoleh lalu dicari rata-rata skor per responden. Data responden secara individu didistribusikan berdasarkan kriteria tertentu, sehingga dapat dideskripsikan distribusi jawabannya.

### **3.8 Uji Instrumen**

Suharsimi Arikunto (2010;265) mendefinisikan uji instrumen adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.

#### **3.8.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner (Ghozali, 2009;45). Cara pengukuran validitas angket kompetensi menggunakan teknik korelasi r pearson

atau koefisien korelasi product moment pearson dengan taraf signifikan 5%. dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas butir angket adalah jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  maka butir atau variabel tersebut valid. Sebaliknya jika  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$  maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

$r_{\text{tabel}}$  didapat dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) menggunakan rumus berikut :

$$\text{Df} = n - 2$$

Ketereangan :  $n$  = jumlah sampel  
 $2$  = *two tail test*

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh alat ukur tersebut dapat dipercaya. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu data dikatakan reliabel adalah jika variabelnya memiliki nilai *Cronbach alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2009;16). Dalam pengujian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha. Perhitungan koefisien alpha memanfaatkan bantuan SPSS 15.0 dan batas kritis untuk nilai alpha untuk mengindikasikan kuesioner yang reliabel adalah 0,60. Jadi nilai koefisien alpha  $> 0,60$  merupakan indikator bahwa kuesioner tersebut reliabel (Ghozali, 2009;16).

### 3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian asumsi-asumsi statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *Ordinary least square* (OLS).

Uji asumsi klasik merupakan uji data yang digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut, guna menjawab hipotesis penelitian (Imam 2016;92). Pengujian asumsi klasik yang perlu dilakukan yaitu uji normalitas, uji multikoleniaritas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi.

### 3.9.1 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam persamaan regresi adalah sebagai berikut (Ghozali, 2009;57) :

1. Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi terjadi multikolinieritas.
3. Multikoleniaritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerancedan Value Inflation Factor* (VIF). Nilai toleransi yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikoleniaritas adalah nilai *tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10. Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi multikoleniaritas pada penelitian tersebut.



### 3.9.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya (Ghozali, 2009; 93). Uji autokorelasi dilakukan dengan metode Durbin-Watson. Jika nilai Durbin-Watson berkisar antara nilai batas atas ( $d_u$ ) maka diperkirakan tidak terjadi autokorelasi. Dasar pengambilan keputusan uji autokorelasi yaitu

1. Bila nilai DW terletak antara batas atas ( $d_u$ ) dan  $(4-d_u)$ , maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah ( $d_l$ ), maka koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nol, berarti ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW lebih besar daripada  $(4-d_l)$ , maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari pada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
4. Bila nilai DW terletak diantara batas atas ( $d_u$ ) dan batas bawah ( $d_l$ ) atau DW terletak antara  $(4-d_u)$  dan  $(4-d_l)$ , maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

### 3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas artinya varians variabel dalam model tidak sama. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain.

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar analisis adalah (Ghozali, 2009;69):

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi Heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

### **3.9.4 Uji Normalitas**

Uji normalitas dalam penelitian ini dengan menggunakan grafik dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan menurut Ghozali (2013;163)

1. jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

## **3.10 Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

### **3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda merupakan salah satu teknik analisis yang sering digunakan dalam mengelola data multivariabel. Analisis regresi

berganda dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent dengan variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y) dengan variabel-variabel bebas yaitu kemasan ( $X_1$ ), kualitas Produk ( $X_2$ ), merek ( $X_3$ ), dan Harga ( $X_4$ ).

Bentuk umum persamaan regresi linier berganda dapat dihitung menggunakan rumus (Ghazali,2009;132) :

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

Dimana:

- Y = Loyalitas Pelanggan
- a = Konstanta
- $\beta_1$  = Koefisien Regresi parsial, untuk mengukur pengaruh  $X_1$  terhadap Y jika  $X_1$  berubah (naik atau turun) satu unit dan  $X_2, X_3, X_4$  konstan.
- $\beta_2$  = Koefisien Regresi parsial, untuk mengukur pengaruh  $X_2$  terhadap Y jika  $X_2$  berubah (naik atau turun) satu unit dan  $X_1, X_3, X_4$  konstan.
- $\beta_3$  = Koefisien Regresi parsial, untuk mengukur pengaruh  $X_3$  terhadap Y jika  $X_3$  berubah (naik atau turun) satu unit dan  $X_1, X_2, X_4$  konstan.
- $\beta_4$  = Koefisien Regresi parsial, untuk mengukur pengaruh  $X_4$  terhadap Y jika  $X_4$  berubah (naik atau turun) satu unit dan  $X_1, X_2, X_3$  konstan.
- $X_1$  = Variabel Kemasan
- $X_2$  = Variabel Kualitas Produk
- $X_3$  = Variabel Kemasan
- $X_4$  = Variabel Harga
- e = Standar *error* atau kesalahan prediksi

### 3.10.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan proporsi variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ada diantara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti harga variabel bebasnya dalam menjelaskan variabel terikatnya sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikatnya.

### 3.11 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah prosedur yang didasarkan pada bukti sampel yang dipakai untuk menentukan apakah hipotesis merupakan suatu pernyataan yang wajar dan oleh karenanya tidak ditolak, atau hipotesis tersebut tidak wajar dan oleh karena itu harus ditolak (Imam 2016;187). Pengujian ini meliputi uji t ( $t_{test}$ ) yang digunakan untuk mencari besarnya sumbangan masing-masing variabel terhadap variabel dependen secara parsial, uji F ( $F_{test}$ ) untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independent terhadap variabel dependen secara bersama-sama, koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui seberapa besar variabel dependen dapat di jelaskan oleh variabel independent yang tercantum dalam penelitian ini.

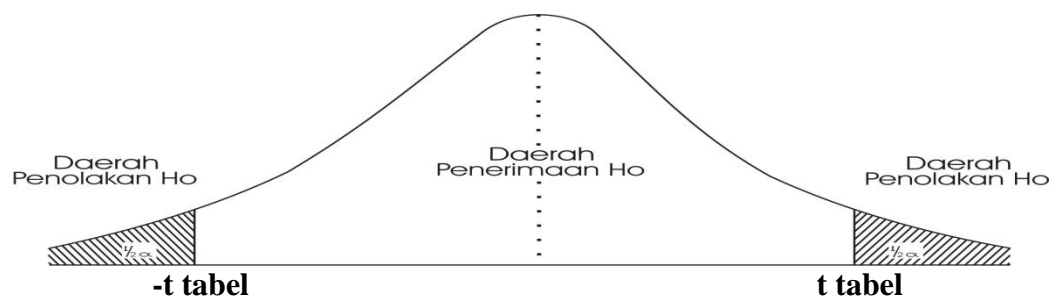
#### 3.11.1 Uji t

Untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial (individual) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali 2009;88).

1. Kriteria dalam uji t dapat dilihat sebagai berikut :
  - a.  $H_0 = b_1, b_2, b_3, b_4 = 0$  artinya variabel kemasan ( $X_1$ ), kualitas ( $X_2$ ), merek ( $X_3$ ), dan Harga ( $X_4$ ) secara *parsial* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).
  - b.  $H_1 = b_1, b_2, b_3, b_4 \neq 0$  artinya kemasan ( $X_1$ ), kualitas ( $X_2$ ), merek ( $X_3$ ), dan Harga ( $X_4$ ) secara *parsial* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).
2. Uji hipotesis dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$

- a. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya variabel kemasan, kualitas, merek, dan Harga secara *parsial* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
  - b. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya variabel kemasan, kualitas, merek, dan Harga secara *parsial* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
  - c. Dengan tingkat signifikansi 95% ( $\alpha=5\%$ ) dengan nilai *df* (*degree of freedom*)  $n-k-1$  ( $96-3-1$ )=92, maka dapat diketahui nilai *t* tabel sebesar 1.985.
3. Uji hipotesis berdasarkan signifikansi :
- a. Jika angka sig.  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima
  - b. Jika angka sig.  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak

Untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap Keputusan pembelian, yaitu dengan melihat nilai koefisien beta dari masing-masing variabel.

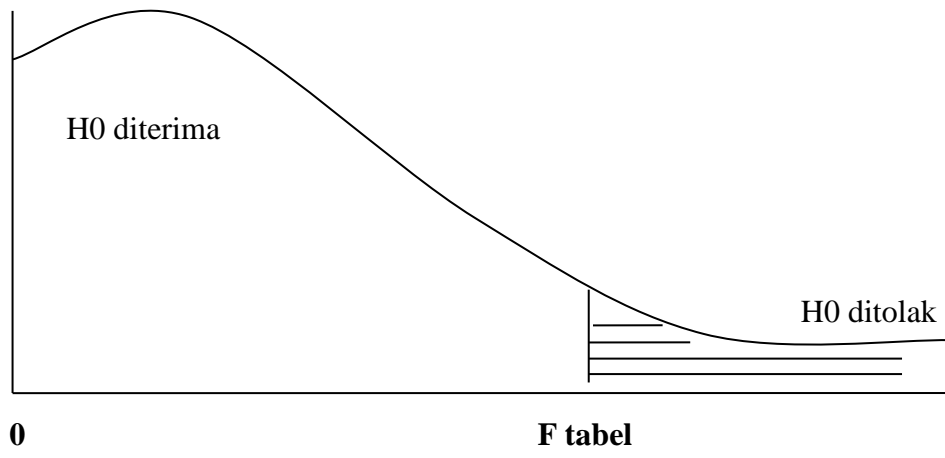


**Gambar 3.1**  
**Kurva Uji t**

### 3.11.2 Uji F (Pengujian secara simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali 2009:88).

1. Kriteria dalam uji F dapat dilihat sebagai berikut:
  - a.  $H_0 = b_1, b_2, b_3, b_4 = 0$  artinya variabel kemasan ( $X_1$ ), kualitas ( $X_2$ ), merek ( $X_3$ ), dan Harga ( $X_4$ ) secara *simultan* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).
  - b.  $H_1 = b_1, b_2, b_3, b_4 \neq 0$  artinya kemasan ( $X_1$ ), kualitas ( $X_2$ ), merek ( $X_3$ ), dan Harga ( $X_4$ ) secara *simultan* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)..
2. Uji hipotesis dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ 
  - a. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya variabel kemasan, kualitas, merek, dan Harga secara *Simultan* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
  - b. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya variabel kemasan, kualitas, merek, dan Harga secara *simultan* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
3. Uji hipotesis berdasarkan signifiansi :
  - a. Jika angka sig.  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima
  - b. Jika angka sig.  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak



**Gambar 3.2**  
**Kurva Uji F**