

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### ***3.1 Pendekatan Penelitian***

Pada penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif ialah metode penelitian yang berlandaskan filsafat positifisme, yang bertujuan untuk melakukan penelitian pada sampel dan populasi tertentu, teknik dalam mengumpulkan data pada penelitian ini menggunakan instrumen penelitian dan analisis data kuantitatif atau statistik yang tujuannya menguji hipotesis yang ditentukan (Sugiyono, 2015:7).

#### ***3.2 Tempat dan Waktu Penelitian***

Penelitian yang akan dilakukan ini bertempat di PT. Bumi Lingga Pertiwi yang berada di JL. Jawa Perumahan Gresik Kota Baru No. 99, Yosowilangun, Kec. Manyar, Kab. Gresik, Jawa Timur 61151. Penelitian ini dilakukan pada februari 2020.

#### ***3.3 Populasi dan Sampel***

##### ***3.3.1 Populasi***

Augusty (2014;171) mengatakan bahwa populasi merupakan gabungan semua kejadian, dari hal atau orang yang berciri-ciri yang sama dan dijadikan pusat perhatian oleh peneliti karena dianggap sebagai semesta penelitian.

Penelitian ini menggunakan populasi dari konsumen di PT. Bumi Lingga Pertiwi Gresik dengan jumlah yang tidak dapat ditentukan.

### 3.3.2 Sampel

Sampel ialah himpunan bagian dari populasi yang anggotanya diambil dari beberapa anggota populasi. Sampel dimaksudkan untuk membentuk sebuah perwakilan dari banyaknya populasi yang tidak memungkinkan semua populasi untuk diteliti. Untuk ukuran sampel yang digunakan pada penelitian yakni lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 sudah memadai bagi kebanyakan penelitian (Augusty, 2014;171). Sampel yang baik menurut Sugiyono (2011;91) antara 30-500 responden, jumlah sampel ditentukan dengan pertimbangan sendiri yang mana bahwa sampel tersebut mampu menggantikan populasi dengan pertimbangan khusus. Pada penelitian ini akan dipilih 100 responden sebagai sampel. Sampel penelitian dipilih dari konsumen pada PT. Bumi Lingga Pertiwi Gresik. Dalam mengambil sampel, digunakan teknik *non probability sampling* yakni tidak ada peluang yang sama dalam pemilihan anggota populasi yang dijadikan anggota sampel dan digunakan *random sampling*.

### 3.3 Identifikasi Variabel

Variabel (Sugiyono, 2015;39) merupakan sesuatu yang sudah ditentukan oleh peneliti untuk dipahami yang bertujuan untuk memperoleh informasi dan disimpulkan. Dalam penelitian ini, digunakan 3 variabel bebas (*independent*) dan 1 variabel terikat (*dependent*)

1. Variabel bebas atau variabel *independent* merupakan variabel yang mempengaruhi dan menimbulkan variabel *dependent* atau variabel terikat. Variabel bebas dikatakan dengan variabel X. Penelitian yang dilakukan yakni menggunakan 3 variabel bebas (X) yaitu kualitas produk sebagai ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan iklan ( $X_3$ ).
2. Variabel terikat atau variabel *dependen* merupakan variabel yang ditimbulkan karena pengaruh variabel bebas atau variabel *independent* sehingga saling berakibat. Variabel bebas biasanya dinamai dengan variabel Y. Penelitian yang dilakukan untuk dijadikan variabel terikat (Y) adalah minat beli konsumen.

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dalam tiap variabel bertujuan untuk menjelaskan variabel yang ditentukan sebagai upaya memahami dalam penelitian. Berikut merupakan definisi operasional dalam penelitian ini, yaitu:

1. Kualitas Produk ( $X_1$ )

Kualitas produk merupakan pernyataan konsumen terhadap ciri produk, baik atau buruknya kualitas suatu produk

2. Harga ( $X_2$ )

Harga merupakan nilai uang yang digunakan konsumen untuk membeli produk dan pelayanannya

3. Iklan ( $X_3$ )

Suatu bentuk komunikasi perdagangan dan untuk khalayak umum mengenai sebuah kelompok dan produk yang dilanjutkan ke pembeli dengan media massa.

#### 4. Minat Beli Konsumen (Y)

Suatu tindakan yang timbul sebagai reaksi mengenai suatu objek yang minat konsumen untuk membeli.

**Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel**

| <b>Variabel Penelitian</b> | <b>Definisi Operasional</b>   | <b>Indikator</b>  | <b>Skala Pengukuran</b>   |
|----------------------------|---|---|---|
| Kualitas Produk            | Kualitas produk ialah anggapan pembeli mengenai karakteristik produk, baik atau buruknya kualitas suatu produk. | 1. Bentuk fisik rumah.<br>2. Kesesuaian dengan spesifikasi yang dijanjikan.<br>3. Daya tarik produk terhadap panca indra. Misal keindahan produk.<br><br>Garvin yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2012: 121). | 1 = Sangat tidak setuju<br>2 = tidak setuju<br>3 = Ragu-ragu<br>4 = Setuju<br>5 = Sangat setuju |
| Harga                      | Harga adalah nominal uang yang dikeluarkan pembeli untuk mendapatkan produk.                                    | 1. Harga yang sesuai dengan manfaat.<br>2. Harga yang terjangkau.<br>3. Persaingan harga.<br>4. Kesesuaian harga dengan kualitasnya.<br><br>Menurut Fure (2013: 276)  | 1 = Sangat tidak setuju<br>2 = tidak setuju<br>3 = Ragu-ragu<br>4 = Setuju<br>5 = Sangat setuju |
| Iklan                      | Suatu bentuk komunikasi perdagangan dan untuk   | 1. Dapat menimbulkan perhatian.   | 1 = Sangat tidak setuju   |

|            |   |   |   |
|------------|---|---|---|
|            | khalayak umum mengenai kelompok dan produk yang dilanjutkan ke pembeli menggunakan media massa.   | 2.Menarik.<br>3.Dapat menimbulkan keinginan.<br>4.Menghasilkan suatu tindakan.<br><br>Menurut Wibisono (dalam Tanoni, 2012)         | 2 = tidak setuju<br>3 = Ragu-ragu<br>4 = Setuju<br>5 = Sangat setuju                            |
| Minat Beli | Suatu tindakan yang timbul sebagai reaksi mengenai suatu objek yang minat konsumen untuk membeli. | 1. Minat transaksional.<br>2. Minat referensial.<br>3. Minat preferensial.<br>4. Minat eksploratif.<br><br>(Menurut Ferdinan, 2006) | 1 = Sangat tidak setuju<br>2 = tidak setuju<br>3 = Ragu-ragu<br>4 = Setuju<br>5 = Sangat setuju |

### 3.5 Pengukuran Variabel

Alat ukur data yang digunakan dengan tujuan menganalisis data-data yang didapat dari penyebaran kuesioner yaitu skala likert. Sedangkan skala likert bertujuan untuk mengukur pendapat, perilaku, dan anggapan seseorang atau kelompok yang berhubungan dengan keadaan sosial yang terjadi (Sugiyono, 2015;93). Penggunaan skala likert bisa menjelaskan variabel menjadi indikator variabel. Indikator variabel dapat menjadi tolak ukur dalam penyusunan pernyataan atau pertanyaan pada instrumen. Pada penelitian ini, diperlukan analisis data kuantitatif yang mana dalam setiap variabel diberikan skor dengan skala penilaian dari 1 sampai 5, dengan kategori sebagai berikut:

**Tabel 3. 2 Skala Penilaian**

|    |                           |                  |
|----|---------------------------|------------------|
| a. | Jawaban 1 (sangat setuju) | Pemberian skor 5 |
|----|---------------------------|------------------|

|    |                                 |                  |
|----|---------------------------------|------------------|
| b. | Jawaban 2 (setuju)              | Pemberian skor 4 |
| c. | Jawaban 3 (ragu-ragu)           | Pemberian skor 3 |
| d. | Jawaban 4 (tidak setuju)        | Pemberian skor 2 |
| e. | Jawaban 5 (sangat tidak setuju) | Pemberian skor 1 |

### 3.6 Jenis dan Sumber Data

#### 3.6.1 Jenis Data

Pada penelitian ini menggunakan jenis data primer. Data primer ialah data yang diperoleh dari sumber asli. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner di PT. Bumi Lingga Pertiwi Gresik.

#### 3.6.2 Sumber Data

Sumber data ialah data primer dan pesan yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Pada penelitian ini, sumber data diperoleh dari:

- a. Data primer adalah data yang didapat dari sumber utama yaitu responden dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen di PT. Bumi Lingga Pertiwi Gresik.
- b. Data sekunder ialah data pendukung yang bersifat menguatkan hasil analisis. Data sekunder didapat dengan cara penelitian kepustakaan, penelusuran internet, dan lainnya pada kajian yang sesuai dengan penelitian.

### **3.7 Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini, penyebaran kuesioner digunakan sebagai teknik dalam mengumpulkan data. Kuesioner berisi pernyataan atau pertanyaan yang diberikan kepada responden guna mewakili sebuah jawaban secara tertulis (Sugiyono, 2015;142). Kuesioner penelitian diberikan kepada 100 responden yaitu konsumen di PT. Bumi Lingga Pertiwi Gresik.

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Sugiyono (2015;147) mengungkapkan bahwa analisis data merupakan suatu tindakan menggolongkan data sesuai dengan variabel dan jenis responden, memaparkan data dari tiap variabel, dan pengujian dugaan sementara dari kuesioner dengan cara melakukan perhitungan.

#### **3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda**

Pada penelitian ini, menggunakan analisis regresi linier berganda. Ghozali (2009;124) mengemukakan bahwa regresi linier berganda bertujuan untuk menentukan pengaruh beberapa variabel terikat terhadap variabel bebas dan pengaruhnya secara bersamaan. Di bawah ini model regresi linier berganda yang digunakan adalah:

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

Keterangan :

Y: Minat beli konsumen

$\alpha$ : Intersep model (konstanta)

B: Koefisien regresi

X<sub>1</sub>: Kualitas produk

X<sub>2</sub>: Harga

X<sub>3</sub>: Iklan

*e* : Error

### 3.8.2 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi atau R<sup>2</sup> tujuannya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independent* dalam menjelaskan variasi variabel *dependent* amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependent* (Ghozali, 2006).

### 3.9 Uji Instrumen

Angket penelitian sebelum digunakan dalam penelitian sesungguhnya harus diuji terlebih dahulu. Uji instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun benar-benar merupakan hasil yang baik, karena baik buruknya instrumen akan berpengaruh pada benar tidaknya data dan sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian. Instrumen dimaksudkan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumennya, sehingga dapat diketahui layak tidaknya digunakan untuk pengumpulan data.



### 3.9.1 Uji Validitas

Ghozali (2009;49) mengatakan bahwa uji validitas dalam penelitian bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan atau pernyataan kuesioner dapat menunjukkan sesuatu yang akan diteliti. Instrumen dapat valid apabila nilai korelasi (*pearson correlation*) positif dan nilai probabilitas korelasi [*sig. (2-tailed)*] kurang dari taraf signifikan ( $\alpha$ ) 0,05 atau dengan melakukan perbandingan nilai *r* hitung dengan *r* tabel.

### 3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan guna mengukur kuesioner yang berisi indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan valid apabila jawaban dari suatu pernyataan konsisten dari waktu ke waktu. Instrumen yang digunakan dikatakan reliabel apabila mempunyai nilai cronbach alpha lebih dari 0,6. Ghozali (2009;45).

### 3.9.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan syarat dalam menganalisis agar data yang didapat bermanfaat. Uji asumsi klasik dibagi menjadi 4 yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi (Ghozali, 2009;95).

#### 3.9.3.1 Uji Normalitas

Ghozali (2009;147) mengungkapkan bahwa uji normalitas bertujuan guna menguji model regresi pada variabel pengganggu (residual) berdistribusi normal atau tidak. Supaya bisa memahami residual berdistribusi normal atau tidak bisa diketahui dengan 2 cara yaitu analisis grafik dan uji statistik. Uji analisis grafik pada prinsipnya dapat diambil keputusan pada uji normalitas bisa dilihat dengan menyebarkan data di sumbu diagonal dari grafik. Apabila dalam menyebarkan data di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal dapat dikatakan model regresi memenuhi asumsi normalitas, dan juga sebaliknya. Sedangkan untuk uji statistik diketahui dari uji statistik non-parametrik Kolmogorov Smirnov dengan ketentuan :

1. Apabila Kolmogorov-Smirnov hitung kurang dari Kolmogorov-Smirnov tabel maka data berdistribusi normal.
2. Jika Kolmogorov-Smirnov hitung lebih dari Kolmogorov-Smirnov tabel, maka data tidak berdistribusi normal.

### **3.9.3.2 Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji model regresi diperoleh dengan terdapatnya korelasi antar variabel bebas sehingga model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi antara variabel bebas (Ghozali, 2009;95). Metode yang dipakai untuk menguji adanya multikolinearitas bisa dilihat dari nilai *tolerance* atau *variance inflation factor* (VIF) dengan kriteria pengujian :

1. Jika nilai toleransi kurang dari 0,10 atau VIF lebih dari 10 maka terdapat multikolinearitas.

2. Jika nilai toleransi lebih dari 0,10 atau VIF kurang dari 10 maka tidak ada multikolinearitas.

### 3.9.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi terdapat perbedaan (*variance*) dari sisa satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila ada perbedaan (*variance*) dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk dapat mengetahui terjadi heteroskedastisitas bisa dilihat pada grafik plot variabel terikat yaitu *ZPRED* dan *SRESID* dengan analisis jika terbentuk suatu pola dari titik-titik (bergelombang, melebar, atau menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas dan berlawanan dari itu jika tidak terbentuk suatu pola dari titik-titik (bergelombang, melebar, atau menyempit) maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2009;125).

### 3.9.3.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Model regresi disebut baik apabila regresi bebas dari autokorelasi. Untuk mengetahui adanya autokorelasi pada model regresi bisa dilakukan suatu cara pengujian terhadap nilai uji Durbin Watson (DW Test). Berikut dugaan sementara yang diuji adalah:

$H_0$  : Tidak ada autokorelasi ( $r = 0$ )

$H_a$  : Ada auto korelasi ( $r \neq 0$ )

### 3.10 Uji Hipotesis

#### 3.10.1 Uji Signifikansi Parameter Individu (Uji t)

Menguji hipotesis bertujuan untuk mencari tahu kebenaran, hubungan, dan persamaan antara variabel bebas yang diusulkan terhadap variabel terkait (Ghozali, 2009). Pengujian hipotesis dilakukan dengan beberapa tahap, antara lain :

a. Menentukan hipotesis statistik

$H_0 : b_1 = 0$  berarti variabel kualitas produk ( $X_1$ ) tidak mempengaruhi variabel minat beli konsumen (Y).

$H_a : b_1 \neq 0$  berarti variabel kualitas produk ( $X_1$ ) mempengaruhi variabel minat beli konsumen (Y).

$H_0 : b_2 = 0$  berarti variabel harga ( $X_2$ ) tidak mempengaruhi variabel minat beli konsumen (Y).

$H_a : b_2 \neq 0$  berarti variabel harga ( $X_2$ ) mempengaruhi variabel minat beli konsumen (Y).

$H_0 : b_3 = 0$  berarti variabel iklan ( $X_3$ ) tidak mempengaruhi variabel minat beli konsumen (Y).

$H_a : b_3 \neq 0$  artinya variabel iklan ( $X_3$ ) mempengaruhi variabel kinerja minat beli konsumen (Y).

b. Menentukan taraf signfikansi

Penelitian menggunakan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau 0,05 % dengan pengujian dua arah (*2-tailed*) dengan rumus derajat bebas (df) :

$$df = n - 2$$

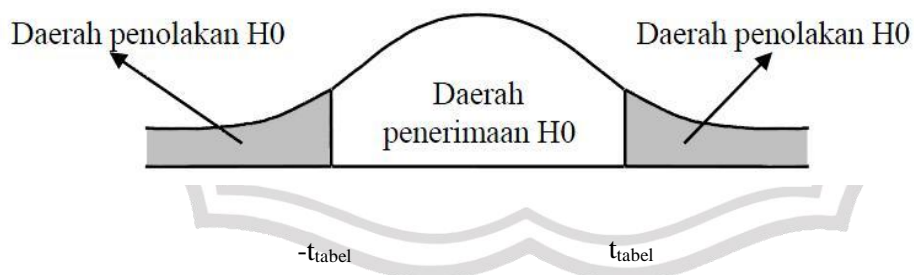
**Keterangan :**

$n$  = jumlah sampel

$2$  = two tail test

c. Memastikan kriteria pengambilan keputusan

- 1) Apabila  $t$  hitung lebih dari  $t$  tabel atau nilai signifikansi kurang dari  $\alpha$  (0,05%) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Secara sebagian terdapat pengaruh antara kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), iklan ( $X_3$ ) terhadap minat beli konsumen ( $Y$ ).
- 2) Apabila  $t$  hitung kurang dari  $t$  tabel atau nilai signifikansi lebih dari  $\alpha$  (0,05%) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Secara sebagian tidak berpengaruh antara kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan iklan ( $X_3$ ) dengan minat beli konsumen ( $Y$ ).



**Gambar 3. 1 Daerah Penerimaan Dan Penolakan H0**

