BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini mengenakan kuantitatif, yang mana padangan Sugiyono (2019) mengenai cara ilmiah karena didasarkan pada prinsip-prinsip ilmiah dan menggunakan kriteria obyektif, validasi silang, data empiris, dan analisis sistematis. Penelitian memakai penelitian kuantitatif dengan *explanatory research*. *Explanatory research* digunakan untuk mengkaji suatu teori yang telah ada, akankah memperkuat atau justru menolak hasil dari penelitian sebelumnya (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini menerapkan pendekatan *cross sectional* dalam dimensi waktu, yang mana data dapat dikumpulkan pada waktu tertentu. Untuk unit analisis penelitian ini menggunakan level individu dengan sampel sesuai kriteria yang dibutuhkan. Pada penelitian ini menggunakan *first order*, yang mana menggunakan indikator pada setiap variabel pengukurannya.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada konsumen Bakpia Juwara Satoe untuk menilai apakah harga, produk, promosi, dan lokasi berperan dalam keputusan pembelian mereka. Subjeknya merupakan orang yang telah melakukan pembelian bakpia juwara satoe. Lokasi penelitian ini bertempat di Yogyakarta. Penelitian dimulai dari penyusunan proposal skripsi sampai sidang skripsi. Jadwal penelitian disajikan pada Tabel 3.1.

TABEL 3. 1 JADWAL PENELITIAN

No	Pembuatan	Bulan						
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Bab I							
2	Bab II							
3	Bab III							
4	Seminar Proposal							
5	Revisi Pasca Seminar Proposal							
6	Penelitian							
7	Bab IV&V							
8	Sidang Skripsi							

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

TABEL 3. 2 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Harga	Kotler & Armstrong, (2018) Secara umum, harga mengacu pada jumlah total yang harus dibayar pelanggan untuk menutupi biaya dan keuntungan memiliki atau memanfaatkan suatu barang atau layanan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuain harga 3. Daya saing harga 4. Kesesuain harga dengan manfaat 	Likert 1-5
Produk	Tjiptono, (2019) produk yaitu apa yang dipahami oleh produsen sebagai sesuatu yang mereka sediakan untuk mencukupi keperluan konsumen serta mencapai tujuan organisasi, dengan mempertimbangkan kemampuan organisasi dan daya beli pasar.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk 2. Fitur 3. Desain produk 	Likert 1-5
Promosi	Kotler & Keller, (2016) Promosi adalah bagian penting dari strategi pemasaran yang terdiri atas berbagai insentif, biasanya bersifat sementara, yang dirancang untuk mendorong konsumen atau pedagang membeli barang atau jasa dengan cepat atau dalam jumlah besar.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan 2. Promosi penjualan 3. Penjualan pribadi 4. Hubungan masyarakat 5. Penjualan langsung 	Likert 1-5

Lokasi	Tjiptono, (2019) lokasi adalah area di mana aktivitas pemasaran produk dilakukan, dan pemilihan lokasi terkait dengan keterlibatan jangka panjang terhadap berbagai aspek yang memerlukan investasi modal yang besar.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Lalu lintas 3. Tempat parkir 4. Fasilitas 5. Lingkungan 	Likert 1-5
Keputusan Pembelian	Kotler & Keller, (2016) Konsumen dapat melakukan evaluasi terhadap merek yang tersedia, yang disebut dengan keputusan pembelian, dan juga dapat mempertimbangkan untuk membeli merek pilihannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keputusan pemilihan produk 2. Keputusan pemilihan merek 3. Keputusan jumlah pembelian 4. Keputusan waktu pembelian 5. Keputusan metode pembayaran 	Likert 1-5

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi terdiri dari area generalisasi yang mana dalamnya terdapat objek yang akan dianalisis kemudian disimpulkan (Sugiyono, 2019). Penelitian ini melibatkan populasi konsumen yang telah membeli bakpia di Yogyakarta.

2. Sampel

Pendapat Sugiyono (2019) yang mana sampel mencerminkan keragaman populasi dalam hal jumlah dan karakteristik. Dimana pelanggan yang telah membeli bakpia juwara satoe Yogyakarta merupakan sampel penelitian. Dalam penelitian ini, metode *purposive sample* dikombinasikan dengan metodologi *non-probability sampling*. Sampel yang diperlukan untuk penelitian ini akan dipastikan dengan menggunakan teori Sugiyono (2019) bahwa kisaran sampel yang dapat dimanfaatkan sebagai sampel penelitian adalah tiga puluh hingga lima

ratus. Pada penelitian ini menggunakan 150 tanggapan sebagai sampel penelitian. Kriteria kebutuhan setidaknya 1 kali pembelian bakpia juwara satoe.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian memakai kuesioner sebagai sumber data interval, dan akan didistribusikan kepada pelanggan yang telah membeli bakpia juwara satoe di Yogyakarta. Untuk penggunaan kuesioner dalam distribusi data. Kuesioner merupakan sarana yang digunakan untuk mengumpulkan data, di mana responden diminta untuk memberikan jawaban atas serangkaian pertanyaan yang diajukan secara tertulis (Sugiyono, 2019). Kuesioner dapat mencakup wilayah yang luas, maka untuk total responden yang diperoleh cukup besar.

Penelitian ini melibatkan teknik penilaian *skala Likert*. *Skala Likert* dipakai untuk mengevaluasi perilaku, keyakinan, dan perspektif individu atau grup mengenai masalah sosial (Sugiyono, 2019). Dengan skala likert, responden dapat memiliki jawaban sesuai dengan pilihan skor yang ditentukan dari angka 1 hingga 5 dengan nilai sangat tidak setuju di nomor 1 serta sangat setuju di nomor 5.

TABEL 3. 3 SKALA LIKERT

Keterangan	STS	TS	N	S	SS
Nilai	1	2	3	4	5

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

F. Teknik Analisis

1. Analisis Deskriptif

Pada kajian deskripsi yaitu teknik yang dilakukan untuk mengulas informasi yang diperoleh tanpa menarik kesimpulan umum (Sugiyono, 2019). Dalam konteks analisis ini, guna menggambarkan responden yang menurut kriteria telah ditetapkan oleh peneliti.

2. Uji Validitas

Tes validitas mengevaluasi apakah pertanyaan atau kalimat dari kuesioner di bagian itu valid atau tidak. (Sugiyono, 2019). Suatu kuesioner dianggap valid jika setiap pernyataan dapat mencerminkan objek yang diukur. Lalu pada item pernyataan akan dilakukan uji validitas, yang dilihat dari perbedaan antara r hitung dan r tabel. Pada uji validitas dianggap valid jika nilai r hitung $>$ r tabel dan nilai signifikan $< 0,05$, apabila nilai dari r hitung $<$ r tabel memiliki arti bahwa data dikatakan tidak valid (Ghozali, 2018).

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas melibatkan proses suatu tes atau item, bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu konstruk (Sugiyono, 2019). Tes reliabilitas dapat dihitung dan dilihat melalui tabel *Cronbach Alpha* dengan besaran nilai $>0,6$ yang dinyatakan bahwa hasilnya reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk mengidentifikasi apakah variabel mengikuti distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini, *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk melakukan tes normal. Untuk uji *Kolmogorov-smirnov* dilihat dari nilai asumsi Monte Carlo Sig. $> 0,05$ yang artinya mempunyai distribusi normal, ketika nilai menunjukkan hasil signifikan $<0,5$ menunjukkan bahwa nilai tersebut tidak terdistribusi normal (Ghozali, 2018).

b) Uji Multikolinearitas

Untuk mengevaluasi sejauh mana variabel bebas dalam model regresi saling berhubungan erat satu sama lain, maka harus dilakukan uji multikolinearitas yang mana jika penelitian ini memiliki sinyal multilinear terdapat korelasi yang tinggi antara variabel independent. Hal ini yang menyebabkan adanya multikolinear pada penelitian (Ghozali, 2018). Uji multikolinearitas bisa dilihat dari nilai *tolerance* $< 0,10$ atau dari nilai *VIF* > 10 ,

dengan ini dapat ditarik Kesimpulan yang menunjukkan adanya multikolinearitas (Ghozali, 2018).

c) Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Ghozali (2018) tes heteroskedastisitas dapat digunakan jika model regresi menunjukkan perbedaan varians residual dibandingkan dengan ulasan lainnya. Apabila nilai probabilitas (sig)>0,05 dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan tanda-tanda heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menilai kesesuaian hipotesis yang diajukan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan. Untuk seluruh uji gunakan perangkat lunak SPSS. Pada penelitian ini, uji hipotesis yang akan digunakan meliputi:

a) Analisis Regresi Linier Berganda

Metode yang dikenal sebagai analisis regresi linier berganda dimanfaatkan dalam menentukan bagaimana faktor-faktor independen mempengaruhi variabel terikat (Lado et al., 2022),

berikut rumus yang digunakan :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Deskripsi:

Y = Variabel dependen (Keputusan Pembelian)	X ₂ = Produk
--	-------------------------

a = Bilangan konstanta atau nilai tetap (nilai Y jika $X=0$)	X_3 = Promosi
b_1 = Koefisien regresi harga	X_4 = Lokasi
b_2 = Koefisien regresi produk	$E = Error$
b_3 = Koefisien regresi promosi	
b_4 = Koefisien regresi lokasi	
X_1 = Harga	

b) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel bebas (X) mempengaruhi variabel dependen (Y) (Lado et al., 2022). Koefisien determinasi dapat diperoleh dari kolom r-square dalam output ringkasan model SPSS. Koefisien determinasi yang nilainya berkisar antara 0 dan 1 mencerminkan kapasitas variabel idependen untuk menjelaskan variasi dependen dibatasi ketika R^2 mendekati 0. Di sisi lain, jika nilainya mendekati 1, artinya, variabel bebas dapat memprediksi variasi variabel dependen secara akurat (Ferils, 2022).

c) Uji Parsial (Uji T)

Uji-t yang sering disebut sebagai analisis uji parsia, mengungkapkan bagaimana faktor-faktor independen mempengaruhi variabel yang terikat secara parsial (Ghozali, 2018). Pada ujian ini digunakan level signifikan sebesar 0,05, berikut kriteria yang akan dipakai :

- 1) Apabila nilai signifikan 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang artinya berpengaruh.
- 2) Apabila nilai signifikan 0,05 dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ yang artinya tidak berpengaruh.

d) Uji Simultan (Uji F)

Ketika membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , Uji simultan berfungsi untuk menilai apakah setiap faktor variabel bebas memberikan dampak serupa pada variabel dependen atau tidak. Hal ini juga terlihat dari tabel ANOVA. Berikut standar yang dipergunakan:

- 1) Apabila nilai signifikan 0,05 $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang artinya berpengaruh secara simultan.
- 2) Apabila nilai signifikan 0,05 $F_{hitung} < F_{tabel}$ yang artinya tidak berpengaruh secara simultan.