

### **BAB III**

## **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Metode pada penelitian ini yakni menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu suatu metode digunakan dalam melakukan studi pada sebuah populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2013). Penelitian kuantitatif atau jenis analisis deskriptif yakni penelitian berbasis angka, data serta program statistik.

Metode penelitian kuantitatif dipilih peneliti karena data yang dikumpulkan pada studi ini berbasis angka. Tujuannya guna mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian di Richeese Factory Majalengka. Tipe yang dipakai penelitian ini *explanatory* bertujuan menguji suatu teori dan hipotesis yang sudah ada pada penelitian sebelumnya (I. mustika Rahmawati & Wati, 2023). Dimensi waktu pada penelitian ini yaitu *cross sectional* yang dilaksanakan sewaktu-waktu. Unit analisis penelitian memakai level individu yaitu setiap orang memiliki pandangan berbeda-beda sesuai kondisi dari individu.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat**

Penelitian ini diselenggarakan untuk seluruh masyarakat dengan rentang waktu 2 bulan dari bulan Juni hingga Juli. Berikut rincian waktu penelitian:

## 2. Waktu

Penelitian ini dilaksanakan sesuai jadwal berikut:

**Tabel 3. 1 Waktu Pelaksanaan Penelitian**

| No. | Kegiatan                      | 2024     |       |       |     |      |      |
|-----|-------------------------------|----------|-------|-------|-----|------|------|
|     |                               | Februari | Maret | April | Mei | Juni | Juli |
| 1.  | Penentuan Topik Penelitian    |          |       |       |     |      |      |
| 2.  | Menyusun Bab 1-III            |          |       |       |     |      |      |
| 3.  | Seminar Proposal              |          |       |       |     |      |      |
| 4.  | Revisi Pasca Seminar Proposal |          |       |       |     |      |      |
| 5.  | Penelitian                    |          |       |       |     |      |      |
| 6.  | Bab 1-V                       |          |       |       |     |      |      |
| 7.  | Sidang Skripsi                |          |       |       |     |      |      |

## C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

**Tabel 3. 2 Definisi Operasional**

| Variabel                                                                                                                                                                                                               | Indikator                                  | Skala Pengukuran |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|------------------|
| <b>Kualitas Produk (X1)</b><br>Kualitas Produk merupakan nilai jual utama perusahaan, konsumen akan memberikan persepsi terhadap produk dan memutuskan pembelian jika produk tersebut baik (Ikhtiasari & Suwitho 2019) | 1. Kesegaran                               | Likert 1-5       |
|                                                                                                                                                                                                                        | 2. Tampilan                                |                  |
|                                                                                                                                                                                                                        | 3. Rasa                                    |                  |
|                                                                                                                                                                                                                        | 4. Inovasi                                 |                  |
| <b>Kualitas Pelayanan (X2)</b><br>Kualitas Pelayanan merupakan suatu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan dan tingkat keandalan terbaik dalam memenuhi harapan konsumen (Hendra <i>et al.</i> , 2021)       | 1. Keandalan                               | Likert 1-5       |
|                                                                                                                                                                                                                        | 2. Responsif                               |                  |
|                                                                                                                                                                                                                        | 3. Jaminan                                 |                  |
|                                                                                                                                                                                                                        | 4. Empati                                  |                  |
|                                                                                                                                                                                                                        | 5. Bukti Fisik                             |                  |
| <b>Persepsi Harga (X3)</b><br>Persepsi Harga merupakan salah satu alasan yang dapat mempengaruhi konsumen sebelum memutuskan pembelian terhadap suatu produk (Kotler dan Armstrong, 2018)                              | 1. Keterjangkauan harga                    | Likert 1-5       |
|                                                                                                                                                                                                                        | 2. Daya saing harga                        |                  |
|                                                                                                                                                                                                                        | 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk |                  |
|                                                                                                                                                                                                                        | 4. Kesesuaian harga dengan manfaat         |                  |
| <b>Keputusan Pembelian (Y)</b>                                                                                                                                                                                         | 1. Tujuan membeli suatu                    | Likert 1-5       |

|                                                                                                                                                                            |                                             |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|--|
| Keputusan Pembelian merupakan tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen (Indrasari, 2019) | produk                                      |  |
|                                                                                                                                                                            | 2. Mencari pilihan merek                    |  |
|                                                                                                                                                                            | 3. Kemantapan pada suatu produk             |  |
|                                                                                                                                                                            | 4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain |  |
|                                                                                                                                                                            | 5. Pembelian ulang                          |  |

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi yaitu sekelompok item ataupun individu yang dipilih peneliti guna diteliti guna menarik kesimpulan karena mempunyai atribut tertentu. Oleh karena itu, populasi adalah seluruh item yang diteliti. Populasi pada studi ini ialah tidak terbatas (*infinit*) semua masyarakat yang telah membeli Richeese Factory Majalengka (Sugiyono, 2013)

### 2. Sampel

Sampel yaitu perwakilan populasi dan karakteristik membentuk populasi tersebut. Untuk memudahkan penyelesaian kuesioner yang ditawarkan, peneliti telah memilih sampel untuk penelitian ini (Sugiyono, 2013). Sampel studi ini yakni konsumen Richeese Factory Majalengka yang telah membeli produk tersebut. Menurut Hair *et al.*, (2014) ukuran sampel yang baik harus 100 atau lebih besar. Jumlah sampel adalah hasil dari perhitungan jumlah indikator dikali dengan 5 hingga 10. Untuk penelitian ini total indikator sebanyak 18, maka total sampel yang akan diambil yaitu sebanyak  $18 \times 6 = 108$  responden.

Teknik dan cara pengambilan sampel pada studi yaitu memakai Teknik *non probability sampling* memakai metode *Purposive sampling*.

*Purposive sampling* adalah Teknik yang memperhatikan pengkajian tertentu untuk menentukan sampel. (Sugiyono, 2013). Teknik *Purposive sampling* dipilih peneliti karena dalam melakukan pengambilan sampel harus disesuaikan kriteria yang telah ditetapkan. Kriteria sampel studi ini diantaranya:

- a) Masyarakat yang pernah melakukan pembelian di Richeese Factory Majalengka.
- b) Usia minimal 17 tahun.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Sumber data yang dipakai yakni data primer seperti memberikan angket atau kuesioner pada responden untuk mendapatkan jawaban (Wati, 2023) sedangkan jenis data menggunakan data interval dengan metode survei digunakan sebagai strategi pengumpulan data. karena data tersebut didapatkan dengan memberikan kuesioner kepada responden dengan menyebarkan kuesioner dengan *google form* untuk masyarakat majalengka yang pernah melakukan pembelian Richeese Factory di Majalengka.

Kuesioner yaitu cara mengumpulkan data dengan melibatkan responden untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2013). Skala pengukuran penelitian ini memakai skala likert 1-5, karena yang dipakai dalam pengukuran ini menggunakan responden untuk mengukur sebuah persepsi individu. Skala likert dipakai untuk menilai tanggapan, jawaban dan pandangan individu atau organisasi tentang fenomena sosial

dengan tingkatan jawaban masing-masing skor mulai dari 1-5 (Rahmawati & Driyan Pradana, 2024)

**Tabel 3. 3 Kuesioner**

| Jawaban | SS | S | N | TS | STS |
|---------|----|---|---|----|-----|
| Skor    | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |

Sumber: Sugiyono (2013)

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

#### **F. Teknik Analisis**

Teknik Analisis studi ini menggunakan teknik analisis data, memakai *software* SPSS (*Statistical Package Social Sciences*) versi 25.0. SPSS digunakan untuk memperoleh hasil perhitungan yang akurat serta cepat dalam pengolahan data. Analisa data pada studi ini yaitu:

##### **1. Uji Validitas**

Uji validitas guna menilai valid tidaknya suatu survei. Survei valid apabila pernyataan dalam survei mampu menghasilkan item-item yang ingin dinilai oleh survei tersebut (Sugiharto & Darmawan, 2021)

Apabila hasil  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel serta signifikansi 0,05 pertanyaan dikatakan valid begitupun apabila hasil  $r$  hitung kurang dari  $r$  tabel pertanyaan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Berdasar Sugiharto & Darmawan (2021) uji reliabilitas dipakai menunjukkan keakuratan, konsistensi, dan presisi alat dalam menilai konstruk yang sah. Hal ini juga memastikan bahwa instrumen tersebut konsisten sebagai alat ukur. Program perangkat lunak SPSS memungkinkan untuk memperkirakan ketergantungan dengan menerapkan uji statistik. *Cronbach Alpha* dengan tujuan untuk menilai keakuratan dan konsistensi kuesioner ketika menilai kejadian yang sama di waktu yang berbeda. *Cronbach Alpha* merupakan koefisien yang digunakan dalam pengujian reliabilitas. Ketika *Cronbach Alpha* lebih besar 0,60 hasilnya diterima atau *reliable*.

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a) Uji Normalitas

Uji normalitas yakni mengukur nilai sisa sudah dinormalisasi model regresi akankah berdistribusi normal atau tidak. Ujinya melalui cara pendekatan analisis grafik *normal probability plot*. Apabila nilai sisa berdistribusi normal berarti garis yang memperlihatkan data sebenarnya menyatu pada garis diagonal.

### b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan memprediksi keterkaitan antar variabel bebas dalam suatu penelitian dengan variabel independen lainnya pada suatu model regresi. Ketika tidak terdapat hubungan antar variabel independen maka model regresi dianggap valid. Untuk

melakukan pengujian ini diuji *Variance Inflation Factor* (VIF). Uji multikolinearitas terjadi apabila  $VIF > 10$  dan tidak terjadi multikolinearitas apabila  $VIF < 10$ .

**c) Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi merupakan keeratan antara residual pada satu observasi melalui observasi lain dalam model regresi. Durbin-Watson (Uji DW) yang menilai adanya korelasi berurutan model regresi dan adanya autokorelasi antar variabel yang diamati dalam model, digunakan untuk mengidentifikasi autokorelasi.

**d) Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas yaitu salah satu cara untuk melihat apakah terdapat kesalahan terhadap asumsi klasik atau tidak. Adapun syarat yang harus dipenuhi yaitu tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Apabila tidak terjadi heteroskedastisitas pada plot grafik maka model regresi dianggap baik. Dasar untuk pengambilan keputusan ini heteroskedastisitas tidak akan terjadi jika tidak menimbulkan pola tertentu, sebaliknya heteroskedastisitas terjadi jika memang membentuk pola tertentu (sempit, lebar, bergelombang).

**4. Analisis Regresi Linear Berganda**

Mustafida & Yulianto (2022) Metode ini melihat pengaruh signifikan dua atau lebih variabel independen pada suatu variabel dependen.

Adapun rumus analisis regresi linear berganda yakni:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

|                                                  |   |                                          |
|--------------------------------------------------|---|------------------------------------------|
| Y                                                | : | Variabel Dependen (Keputusan Pembelian)  |
| X <sub>1</sub>                                   | : | Variabel Independen (Kualitas Produk)    |
| X <sub>2</sub>                                   | : | Variabel Independen (Kualitas Pelayanan) |
| X <sub>3</sub>                                   | : | Variabel Independen (Persepsi Harga)     |
| A                                                | : | Konstanta                                |
| b <sub>1</sub> , b <sub>2</sub> , b <sub>3</sub> | : | Koefisien masing-masing variabel         |
| E                                                | : | Error                                    |

## 5. Uji Hipotesis

### a) Uji Parsial (uji t)

Uji parsial menggunakan nilai t-hitung dengan memakai t-tabel guna memastikan ada atau tidaknya variabel dependen berkorelasi pada variabel dependen. Bilamana angka  $t_{hitung}$  kurang dari  $t_{tabel}$  hipotesis diterima artinya variabel independen tidak berkorelasi pada variabel terikat, dan semisal angka  $t_{hitung}$  lebih dari  $t_{tabel}$  sehingga hipotesis ditolak berarti variabel tersebut mempunyai korelasi pada variabel dependen.

### b) Uji Simultan (uji f)

Uji simultan memprediksi apakah semua variabel bebas berkorelasi secara simultan pada variabel dependen melalui



membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$ . Hipotesis di tolak apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya secara simultan variabel bebas tersebut berkorelasi pada variabel dependen. Hipotesis di terima apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , mengartikan secara simultan variabel independen tersebut tidak berkorelasi pada variabel dependen.

**c) Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

PERPUSTAKAAN  
JENDERAL ACHMAD YANI  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
YOGYAKARTA