

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan. Dengan ditetapkannya lokasi penelitian berarti objek dan tujuan sudah di tetapkan sehingga memudahkan penulis dalam melakukan penelitian. Adapun obyek penelitian yang penulis ambil yaitu berlokasi di Pasar Maron Kabupaten Probolinggo.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Menurut Sugiyono (2017:8) “Metode Penelitian Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif karena penelitian ini menghubungkan dua variabel atau lebih. Menurut Sujarweni (2015:49) “Penelitian Asosiatif/hubungan merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui antara dua variabel atau lebih”.

3.3 Variabel Penelitian

Menurut Sugiono (2017:38) “Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat, sebagai berikut:

a. Variabel Independen (Variabel bebas)

Menurut Sugiyono (2017:39) “Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel independent pada penelitian ini terdapat dua macam yaitu:

1) Variabel X_1 yaitu Harga

Menurut Abubakar (2017:40) menyatakan bahwa “Harga adalah satu-satunya unsur dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan. Sedangkan unsur-unsur lainnya jelas akan mengakibatkan keluarnya biaya”.

Menurut Bannet dalam Abubakar (2017:47) mengemukakan enam indikator harga yaitu :

- a. Tarif
- b. Kesesuaian diskon
- c. Promo harga
- d. Harga sangat terjangkau untuk semua kalangan
- e. Harga sangat sesuai kualitas

f. Harga sangat murah

2) Variabel X_2 yaitu Kualitas Produk

Menurut Kotler *dalam* Daga (2017:33) “Kualitas produk adalah keseluruhan cirri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat”.

Menurut Etta Mamang, Sopiah dalam Lubis (2012:4) menyatakan bahwa kualitas sproduk dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator diantaranya sebagai berikut :

- a. Kinerja merupakan elemen kualitas produk yang berkaitan langsung dengan bagaimana suatu produk dapat menjalankan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
- b. Reliabilitas merupakan daya tahan produk selama dikonsumsi
- c. Fitur merupakan fungsi-fungsi sekunder yang ditambahkan pada suatu produk, misal fitur kendali jauh .
- d. Keawetan (durability) Dimensi kualitas produk yang menunjukkan suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu. Produk dikatakan awet jika dapat bertahan dalam pemakaian yang berulang-ulang.
- e. Konsistensi yang menunjukkan seberapa jauh suatu produk bisa memenuhi standar atau spesifikasi tertentu. Produk yang mempunyai konsistensi tinggi berarti sesuai dengan standart yang ditentukan.

f. Desain merupakan aspek emosional untuk mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga desain kemasan ataupun bentuk produk akan turut memengaruhi persepsi kualitas produk tersebut.

b. Variabel Dependen (Variabel terikat)

Menurut Sugiyono (2017:39) “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas”. Variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan konsumen sebagai Y.

Keputusan merupakan proses kognitif yang mempersatukan memory, pemikiran, pemrosesan informasi dan penilaian penilaian secara evaluatif. Situasi di mana keputusan di ambil, mendeterminasi sifat eksak dari proses yang bersangkutan proses tersebut memerlukan waktu berbulan bulan lamanya dengan suatu seri keputusan keputusan yang dapat di identifikasi, yang di buat pada berbagai tahapan proses pengambilan keputusan.Sunyoto (2015:88).

Menurut Kotler dalam Lubis (2015 : 3) ada lima indicator keputusan pembelian, yaitu :

1. Merek;
2. Penyalur;
3. Kuantitas;
4. Waktu;
5. Metode Pembayaran.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sujarweni (2015:80) “Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Tujuan diadakannya populasi adalah agar penulis dapat menentukan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada pembelian daging sapi di Pasar Maron yang jumlahnya 600 konsumen per bulan Februari 2022.

3.4.2 Sampel

Menurut Sujarweni (2015:81) “Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.” Penentuan banyaknya sampel penelitian ini dinyatakan dengan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1+(N.e^2)}$$

Keterangan :

n : banyak sampel

N : banyak populasi

e : persentase kesalahan yang diinginkan atau ditolerir dengan asumsi taraf “e” Sebesar 10% (0,1).

Maka ukuran sampel dalam penelitian ini dapat ditentukan sebagai berikut:

$$n = \frac{600}{1+(600.0,1^2)}$$

$$n = \frac{600}{1+(600.0.01)}$$

$$n = \frac{600}{1+6}$$

$$n = \frac{600}{7} = 85,7=86 \text{ Responden}$$

Dengan demikian, jumlah populasi konsumen diperoleh ukuran sampel sebanyak 85,7 konsumen atau 86 responden.

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *incidental sampling*.. Menurut Sugiyono (2016: 77) “*Incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”.

3.5 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sujarweni (2015:89) “Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data primer didapat dengan mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Data primer dalam hal ini adalah data yang

di peroleh dari kuesioner yang digunakan dan di isi oleh responden yang berisi pertanyaan seputar gaya hidup, harga dan kepuasan konsumen.

2. Data Sekunder

Menurut Sujarweni (2015:89) “Sumber data sekunder adalah data yang didapat dari catatan ,buku,dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan,laporan pemerintah,artikel,buku-buku sebagai teori ,majalah dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpulan data.

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini terkait dengan data yang digunakan, maka metode pengumpulan data dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Observasi

Hadi *dalam* Sugiyono (2017:145) mengemukakan bahwa “Observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis”. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku data dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi yang berarti pengamatan bertujuan untuk mendapatkan data tentang suatu masalah, sehingga diperoleh

pemahaman atau sebagai alat pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya.

Dengan metode ini diperoleh data tentang situasi umum dari objek studi dan kondisi yang ada serta kegiatan-kegiatan yang ada pada Penjual Daging Sapi di Pasar Maron.

2. Wawancara (*Interview*)

Menurut Sugiyono (2017:137) “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data bila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga bila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil”.

3. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2017:142) “Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.

Kuesioner juga cocok digunakan apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner bisa berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Peneliti menggunakan skala *Likert* yang paling sering digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap

suatu objek karena pembuatannya relatif mudah dan tingkat reabilitasnya tinggi.

“Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.” (Sugiyono, 2020: 146).

Bentuk pertanyaan dalam kuesioner bersifat kualitatif, lebih berkaitan dengan persepsi seseorang, dengan skor yang digunakan sebagai berikut:

- a. Skor 5 = Sangat setuju (SS)
- b. Skor 4 = Setuju (S)
- c. Skor 3 = Cukup Setuju (CS)
- d. Skor 2 = Tidak setuju (TS)
- e. Skor 1 = Sangat Tidak setuju (STS)

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

“Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti.” (Sugiyono, 2020: 361).

Menurut Sujarweni (2019: 178), “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner

dikatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu”.

Uji validitas menggunakan program aplikasi SPSS 22.0 (*Statistical Program for Social Science*). Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel, dengan α 0,05. Kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Apabila r hitung $>$ r tabel (pada taraf signifikan 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila r hitung $<$ r tabel (pada taraf signifikan 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2020 : 362) mengemukakan bahwa, “Realibilitas adalah berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan”. Uji realibilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Teknik yang digunakan dalam uji reliabilitas yaitu *Conbach alpha*. Menurut Wiratna dalam Sujarweni (2019: 178), “suatu kuisoner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kriteria jika:

1. *Cronbach alpha* $>$ 0, 60 maka reliable
2. *Cronbach alpha* $<$ 0, 60 maka tidak reliable

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

“Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-0 maka tidak terjadi multikolinieritas.” (Sujarweni, 2020: 179).

2. Uji Autokorelasi

Menurut Sujarweni (2019: 179), “menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk data *time series* autokorelasi sering terjadi. Tapi untuk data yang sampelnya *crosssection* jarang terjadi karena variabel pengganggu satu berbeda dengan yang lain”.

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin Watson (DW) dengan kriteria jika:

1. Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
2. Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi.
3. Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance* residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Salah satu cara meprediksi ada tidaknya heteroskedasitas yaitu dengan uji spearman. Menurut Nugraha (2022 : 71) Uji asumsi heteroskedastisitas (Rank Spearman) adalah asumsi dalam regresi dimana varian dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan yang lain. H_0 diterima dikarenakan nilai uji heteroskedastisitas sig. (2-tailed) > dari nilai taraf signifikan.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Menurut Sujarweni (2019: 179) mengemukakan bahwa, “Dalam uji normalitas ini ada 2 cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji *statistic kolmogorof* dengan kriteria:

1. Jika signifikan > 0,05 maka variabel berdistribusi normal.
2. Jika signifikan < 0,05 maka variabel tidak berdistribusi normal.

3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat .Selain itu juga analisis

regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian (Sujarweni, 2015 : 160) dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y: Keputusan Pembelian

a: Konstanta

b₁ b₂ : Koefisien Regresi

X₁ : Harga

X₂ : Kualitas Produk

e :Standart Error

3.6.4 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Uji koefisien determinasi menggunakan nilai R Square (R²). Menurut Priyatno (2018 : 100) R Square dari R yaitu menunjukkan nilai koefisien determenasi. Angka ini akna dirubah kebentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variable dependen .

3.6.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul, sebagai berikut:

1. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sujarweni (2019: 181) "Uji F digunakan untuk mengetahui kelayakan data. Kaidah pengambilan keputusan dalam uji F adalah:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X_1 dan X_2) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y)

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel (X_1 dan X_2) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y)

Adapun statistik pengujiannya sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Uji ini dilakukan untuk menguji hipotesis kedua (H_2) yaitu "Diduga ada pengaruh antara harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian daging sapi di pasar maron Probolinggo".

2. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Sujarweni (2019: 181), "Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terkait secara parsial. Taraf signifikansi 5%". Langkah pengujian adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X_1 dan X_2) secara parsial terhadap variabel terikat (Y)

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel (X_1 dan X_2) secara parsial terhadap variabel terikat (Y)

Adapun statistik pengujiannya sebagai berikut:

a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima.

b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a ditolak.

Uji ini dilakukan untuk menguji hipotesis kesatu (H_1) yaitu “Diduga ada pengaruh antara harga dan kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian daging sapi di pasar maron Probolinggo”.

3. Uji Variabel Dominan

Unk mengetahui pengaruh yng dominan bisa dilihat dari besarnya t_{hitung} yang signifikan (Sunyoto, 2011: 157) dan juga bisa melihat tabel Coefficients^a pada nilai t_{hitung} dan nilai signifikansi α sebesar 5%, mana paling pengaruh besar/ mendekati antara ketiga variable (X) (Y) .

Uji ini dilakukan untuk menguji hipotesis ketiga (H_3) yaitu “Diduga variabel harga yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian daging sapi di Pasar Maron Probolinggo”.