

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai jenis penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisi data bersifat kuantitatif/statistik, yang memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Siyono2011). Jenis penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini karena dirasa dalam penelitian ini data yang digunakan dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik.

Sedangkan, metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode asosiatif. Metode *asosiatif* merupakan suatu penelitian yang mencari hubungan sebab akibat antara satu atau lebih *variabel independen* (variabel bebas) dengan *variabel dependen* (variabel terikat) (Kusuma 2017). Penelitian ini menggunakan metode *asosiatif* dikarenakan pada penelitian ini akan menguji pengaruh antara variable Harga ( $X_1$ ) dan Desain Kemasan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

#### **3.2. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer. Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Sangadji dan Sopiiah (2008). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan Kopi Robusta Lampung Barat.

### 3.3 Metode Penelitian

Teknik yang di gunakan dalam penelitian ini ialah:

a) Teknik Lapangan (*Field Research*)

Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan penelitian, data tersebut diperoleh dengan cara:

1) Wawancara

Menurut Suliyanto (2018) Wawancara merupakan teknik pengambilan data dimana peneliti langsung berdialog dengan respon dan untuk menggali informasi dari responden. Wawancara dengan menggali variabel desain kemasan dan minat pembelian

2) Kuesioner

Menurut Suliyanto (2018) Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. untuk dijawab responden. Dalam hal ini, respondennya adalah pelanggan kopi robusta lampung barat. Skala pengukuran penelitian yang digunakan adalah skala likert. Pengukuran untuk variabel independent dan dependen menggunakan teknik *scoring* untuk memberikan nilai pada setiap alternatif jawaban sehingga data dapat dihitung.

**Tabel 3.1**

**Instrument Skala Likert**

<b>Penilaian</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
KurangSetuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber : Sugiyono (2011)*

### 3.4. Subyek Penelitian

#### 3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2011, p.298) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen kopi robusta Lampung Barat yang jumlahnya tidak diketahui, sehingga untuk mengukur jumlah sampel, maka peneliti menggunakan *Hair, et al.*

#### 3.4.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2008). Ukuran sampel diambil dengan menggunakan rumus *Hair, et al.* Rumus Hair digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui pasti dan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum 5-10 dikali variabel indikator. Sehingga jumlah indikator sebanyak 13 buah dikali 6 ( $13 \times 6 = 78$ ). Jadi melalui perhitungan berdasarkan rumusan tersebut, didapat jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebesar 78 orang/pelanggan kopi robusta.

#### 3.4.3. Teknik Sampling

Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sample berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti (Notoatmodjo, 2014).

Kriteria sampel:

- a) Bersedia menjadi responden tanpa paksaan
- b) Bisa membaca dan menulis
- c) Responden adalah pelanggan kopi robusta
- d) Usia > 18 tahun

### 3.5. Variabel Penelitian

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 (Sugiyono, 2016).

- a. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga ( $X_1$ ) dan desain kemasan ( $X_2$ ).
- b. Variabel terikat adalah keputusan pembelian ( $Y$ ).

### 3.6. Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah seperangkat instruksi yang disusun secara lengkap untuk menetapkan variabel apa yang akan diukur dan bagaimana cara mengukur variabel Notoatmodjo (2014).

**Tabel 3.1. Definisi Operasional**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Konsep</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Ukur</b>
Harga	Jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa,	Jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Keterjangkauan harga</li> <li>2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3) Daya saing harga</li> <li>4) Kesesuaian harga dengan manfaat</li> </ol>	Likert

Desain Kemasan	Seluruh paket yang menjadi proposisi penjualan utama, yang merangsang perilaku pembelian impulsif	Wadah untuk produk, yang meliputi warna, pelabelan, bentuk, desain, dan bahan yang digunakan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Dimensi desain grafis terdiri dari nama merek, warna, tipografi dan gambar.</li> <li>2) Dimensi desain struktur terdiri dari bentuk, ukuran dan material.</li> <li>3) Dimensi informasi produk</li> </ol>	Likert
Keputusan Pembelian	Kekuatan afektif di luar individu dapat mendorong seseorang untuk melakukan pembelian	Kegiatan pembelian karena rasa ketertarikan pada produk tertentu berdasarkan emosi seseorang	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pilihan produk</li> <li>2) Pilihan merek</li> <li>3) Pilihan penyalur</li> <li>4) Waktu pembelian</li> <li>5) Jumlah pembelian</li> <li>6) Metode pembayaran</li> </ol>	Likert

### 3.7. Uji Persyaratan Instrumen

Dalam penelitian ini yang ukur adalah variabel X yaitu harga dan desain kemasan dan variabel (Y) keputusan pembelian. Uji persyaratan instrumen penelitian menguji validitas dan reabilitas.

#### 3.7.1. Uji Validitas

Menurut Arikunto (2016), Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan sesuatu instrumen. Sesuatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Hal ini membuat peneliti menguji validitas

dengan kuesioner yang langsung diberikan kepada responden. Uji validitas dalam penelitian ini, menggunakan *product moment*. Dalam pengujian validitas, instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau  $\alpha$  sebesar 0,05.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antar variabel X dan Y

N = Jumlah sampel

X = Skor variabel X

Y = Skor variabel Y

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

1. Bila  $r_{hitung} > r_{table}$  maka instrumen valid.  
Bila  $r_{hitung} < r_{table}$  maka instrumen tidak valid.
2. Bila probabilitas (sig)  $< \alpha$  maka instrumen valid.  
Bila probabilitas (sig)  $> \alpha$  maka instrumen tidak valid.
3. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 17*).

### 3.7.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016) pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana mengukur data memberikan hasil relatif konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subjek yang sama, fungsi dari uji reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana keadaan alat ukur atau kuesioner (angket) tersebut. Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan prosedur yang sama dengan uji validitas.

Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 17.0 (*Statistical Program and Service Solution*). Uji reliabilitas menggunakan rumus *alphacronbach* yaitu :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

- $r_{11}$  = Reabilitas instrumen  
 $\sum \sigma_i$  = Jumlah varian skor tiap item  
 $k$  = Banyaknya soal  
 $\sigma t^2$  = Varians total

Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks kolerasi

**Tabel 3.3**

**Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi**

<b>Koefisien r</b>	<b>Reliabilitas</b>
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,0199	Sangat Rendah

*Sumber : Sugiyono (2016)*

### 3.8. Uji Persyaratan Analisis Data

#### 3.8.1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji keberadaan distribusi normal dalam sebuah model regresi, variable dependent, variable independent, atau keduanya (Ghozali, 2016). Model regresi yang baik adalah memiliki data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Kriteria pengujian Suatu Uji Normalitas dengan Normal P-Plot:

1. Data dikatakan terdistribusi normal, jika data atau titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

2. Sebaliknya data dikatakan tidak terdistribusi normal, jika data atau titik menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal.

### 3.8.2. Uji Linieritas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik khususnya dalam analisis korelasi atau regresi linear yang termasuk dalam hipotesis asosiatif. Jadi bagi peneliti yang mengerjakan penelitian yang berjudul "Korelasi antara", "Hubungan antara", atau "Pengaruh antara", uji linieritas ini harus kita lalui terlebih dahulu sebagai prasyarat uji hipotesis yang kita munculkan. Pengujian dapat dilakukan pada program SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Deviation from Linearity*) lebih dari 0,05.

Prosedur pengujian:

1.  $H_0$ : model regresi berbentuk linier  
 $H_a$ : model regresi tidak berbentuk linier
2. Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka  $H_0$  ditolak  
 Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka  $H_0$  diterima
3. Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solutions* seri 21.0)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel X linier atau tidak linier.

### 3.8.3. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dimaksudkan untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linier antar variabel bebas (independen) satu yaitu variabel Insentif (X1) dengan variabel bebas (independen) yang lainnya yaitu variabel Motivasi (X2). Gejala multikolinieritas dapat diketahui dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance Value*. Jika nilai VIF lebih besar dari 10 maka

ada gejala multikolenieritas dan pada *Tolerance Value* lebih kecil dari 0,1 maka ada gejala multikolenieritas. Pada uji multikolinieritas ini penulis menggunakan SPSS 17.

#### **3.8.4. Uji Heterokedastisitas**

Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang lain untuk variabel independent yang berbeda. Jika variance (ragam) dari residual satu ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, dengan dasar keputusan sebagai berikut:

1. Jika pada grafik *scatter plot* terlihat titik-titik yang membentuk pola tertentu, yang teratur (misal bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka dapat disimpulkan telah terjadi masalah Heteroskedastisitas.
2. Jika pada grafik *scatter plot*, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu yang teratur (misal bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (*variance* sama/Homoskedastisitas).

### **3.9. Metode Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa metode analisis data adalah proses pengelompokkan berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

#### **3.9.1. Uji Regresi Linear Berganda**

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu desain kemasan(X), dan keputusan pembelian (Y) yang mempengaruhi variabel lainnya maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X = Kemasan Produk

a = Konstanta

et = Error Term

b1, b2 = Koefisien regresi

### 3.10. Pengujian Hipotesis

#### 3.10.1. Uji t

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung, proses uji t identik dengan uji F (dilihat perhitungan SPSS pada Coefficient Regression Full Model / Enter ).

##### 1. Pengaruh Harga ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian(Y)

Ho :Harga ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Ha : Harga ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka Ho ditolak.

Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka Ho diterima.

b. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak

Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima.

##### 2. Pengaruh Kemasan Produk ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian(Y)

Ho : desain kemasan produk ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Ha : desain kemasan produk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

- a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.  
Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.
- b. Jika nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.  
Jika nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima.