

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif atau penelitian verifikatif. penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang di angkakan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh diversifikasi produk terhadap keputusan pembeian studi pada Rumah Makan Hj. Yohana.

B. Objek dan lokasi penelitian

Penelitian dilaksanakan di Rumah Makan Hj. Yohana, alasan karna ada nya keluhan konsumen yang berkaitan dengan diversifikasi produk. Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang di teliti yaitu: diversifikasi produk (X) dan keputusan pembelian (Y).

C. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasar nya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, Sugiyono,(2016:2). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.

1. Operasional variabel

Definisi operasional dari variabel – variabel penelitian digunakan mambatasi ruang lingkup atau pengertian variabel – variabel yang diteliti. Definisi operasional ini juga bermanfaat untuk mengarahkan kepada pengukuran terhadap variabel – variabel serta pengembangan instrumen (alat ukur). Operasional variabel dalam berbagai indikator.

a) Variabel X₁ ragam produk

Definisi Konseptual: ragam produk adalah apa saja yang di tawarkan pada pasar agar dapat dibeli, digunakan atau di konsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Definisi Operasional: meliputi indikator (1) bentuk fisik, (2) varian dan, (3) harga, yang di ukur menggunakan instrumen skala likert dan diberikan kepada konsumen.

b) Variabel X_2 ukuran produk

Definisi Konseptual: ukuran produk adalah ukuran produk adalah segala bentuk atau model yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan harapan konsumen, dengan indikator: kemasan produk, merek produk dan desain produknya.

Definisi Operasional: meliputi indikator (1) kemasan produk, (2) merek produk dan, (3) desain produk, yang di ukur menggunakan instrument skala likert dan diberikan kepada konsumen.

c) Variabel X_3 bentuk produk

Definisi Konseptual: bentuk produk adalah bentuk produk adalah merupakan yang membedakan produk antara perusahaan dikategori produk yang sama.

Definisi Operasional: meliputi indikator (1) konsistensi, (2) fitur dan, (3) model, yang di ukur menggunakan instrument skala likert dan diberikan kepada konsumen.

2. Variabel terikat (*dependent variabel*)

Variabel terikat adalah variabel yang dijelaskan atau yang dipengaruhi oleh variabel independent Sugiyono (2016:39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan konsumen (Y).

Definisi konseptual :

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memiliki salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan salah satu proses pemilihan salah satu dari berberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindakan lanjut yang nyata.

Definisi operasional :

Pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan salah satu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindakan lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan sikap yang ada di ambil selanjutnya. Indikator keputusan pembelian adalah faktor budaya dan faktor sosial yang di ukur dengan kuisisioner dengan skala likert yang di

berikan kepada konsumen yang ada didealer salim jaya motor pekalongan lampung timur.

Adapun kisi-kisi dari kuesioner penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Kisi-kisi kuesioner

Variabel	Indikator	Skala/ Ukuran	No. Soal
Ragam Produk (X₁)	1. Bentuk Fisik	Skala likert	1,2,3,4,5,6
	2. Varian		7,8,9,10,11,12
	3. Jumlah		13,14,15,16,17,18,19,20
Ukuran Produk (X₂)	1. Kemasan Produk	Skala likert	1,2,3,4,5,6,7
	2. Kuantitas Produk		8,9,10,11,12,13
	3. Desain Produk		14,15,16,17,18,19,20
Bentuk Produk (X₃)	1. Kualitas	Skala Likert	1,2,3,4,5,6
	2. Fitur		7,8,9,10,11,12,13
	3. Model		14,15,16,17,18,19,20
Keputusan Pembelian (Y)	1. Faktor budaya	Skala likert	1,2,3,4,5,6,7
	2. Faktor Sosial		8,9,10,11,12,13
	3. Faktor ekonomi		14,15,16,17,18,19,20

3. Populasi dan sampel

a. Populasi

Menurut sugiyono (2016:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam Penelitian ini adalah para konsumen atau pelanggan yang membeli di RM. Hj. Yohana. Populasi pada penelitian ini adalah rata-rata jumlah pengunjung perbulan sebanyak 250 pelanggan.

b. Sampel

Ukuran sampel diambil dengan menggunakan Rumus Hair. Rumus Hair digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui dengan pasti. Menurut Hair (2010:176) bahwa apabila ukuran sampel terlalu besar misalnya 400, maka metode menjadi sangat sensitif sehingga sulit untuk mendapatkan ukuran-ukuran *goodness of fit* yang baik. Sehingga disarankan bahwa ukuran sampel minimum adalah 5-10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi.

Pada penelitian ini jumlah sampel sebesar 85 orang yang berasal dari konsumen Rumah Makan Hj Yohana. Jadi, dengan jumlah indikator sebanyak 17 buah dikali 5. Jadi, melalui perhitungan berdasarkan rumus tersebut, didapat jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebesar 85 orang yang berasal dari konsumen Rumah Makan Hj Yohana.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel Sugiyono, (2013:151). Jenis desain sampel yang akan digunakan peneliti berupa Simple Random Sampling, dimana pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu Sugiyono, (2013:152). Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Setiap responden adalah pelanggan yang sudah pernah membeli di Rumah Makan Hj Yohana
2. Satu responden hanya boleh mengisi satu kuesioner.

D. Teknik Pengumpulan Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*), data yang diperoleh dari pihak lain dan diolah dari sumber data berupa dokumen-dokumen arsip dan laporan yang relevan dengan penelitian ini. Sugiyono, (2015:308).
2. Data primer (*Field Research*) merupakan data yang dikumpulkan langsung dari objek yang diteliti. Adapun pengumpulan data primer ini diperoleh dengan cara-cara sebagai berikut:

a. Observasi

Merupakan pengamatan langsung ke objek yang diteliti dengan mencatat data-data yang berkaitan dengan pemasaran yang dibutuhkan dalam penelitian ini sehingga kita memperoleh gambaran yang sebenarnya.

b. Wawancara (*interview*)

Mengadakan tanya jawab dengan konsumen Rumah Makan Hj. Yohana yang dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

c. Kuisisioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang berjumlah 71 untuk dijawab. Peneliti membagikan kuisisioner kepada responden yakni calon konsumen berupa pertanyaan atau pernyataan tertulis dengan mengembangkan pertanyaan yang menghasilkan setuju-tidak setuju dalam berbagai rentan nilai dan skala yang digunakan untuk mengukur adalah skala dengan interval 1-5.

d. Korespondensi

Menurut Purwanto (2011;13), korespondensi adalah penyampaian maksud melalui surat dari satu pihak kepada pihak lain dapat atas nama jabatan dalam suatu perusahaan atau organisasi dan dapat atas nama perseorangan atau individu.

Tabel 5 Alternatif Jawaban

Alternatif Jawaban	Skor Positif
A	5
B	4
C	3
D	2
E	1

E. Pengujian Persyaratan Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui instrument benar-bener mengukur hal yang akan diukur. Instrumen penelitian yang memiliki validitas yang tinggi maka akan dapat mengukur yang hendak diukur. Dalam pengukuran validitas instrument

penelitian ini menggunakan validitas isi dengan cara berkonsultasi kepada para ahli mengenai instrumen, apakah instrument tersebut disetujui para ahli kemudian dilanjutkan dengan validitas kostruk melalui uji coba dan instrument menggunakan sampel yang berjumlah 93 responden yang berbeda. Hasil coba instrument kemudian dianalisis.

Analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif, perlu dilakukan terhadap suatu penelitian untuk memperkuat argumentasi dan logika dalam menjawab dan mengimplementasikan dugaan, analisis ini dilakukan berdasarkan pada data yang dikumpulkan dari daftar pertanyaan (kuisisioner) yang diajukan kepada sample, dan dihitung menggunakan rumus korelasi *Product Moment* Sugiyono, (2015:45)

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

Dimana :

- r = koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat
- n = banyaknya sampel
- X = skor tiap item
- Y = skor total variabel
- Σx = jumlah skor item
- Σy = jumlah skor total

Setelah nilai korelasi (r) diperoleh, kemudian nilai r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dengan dasar pengambilan keputusan adalah valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka alat ukur atau instrument penelitian yang digunakan adalah tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini item atau pernyataan pada kuisisioner yang sudah valid, diuji dengan rumus *Alpha Conback* dengan menggunakan program SPSS. Dasar pengambilan keputusan adalah reliable jika $\alpha > r_{tabel}$ (0,6).

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Dimana:

- r_{11} = reliabilitas instrument / koefisien reliabilitas
- k = banyaknya butir pertanyaan / banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

$\sigma_b t^2$ = varians total

F. Pengujian Persyaratan Analisis untuk Regresi

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan teknik membangun persamaan garis lurus untuk membuat penafsiran, agar penafsiran tersebut tepat maka persamaan yang digunakan untuk menafsirkan juga harus tepat. Pengujian terhadap normalitas dapat dilakukan dengan uji kolmogorov smirnov.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah

Jika nilai probabilitas ≤ 0.05 , maka distribusi data adalah normal.

Jika nilai probabilitas > 0.05 , maka distribusi data adalah tidak normal.

2. Uji Linieritas

Setelah data yang diperoleh sudah normal selanjutnya diuji dengan uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikansi. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas adalah

- a) Jika nilai probabilitas ≤ 0.05 , maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linier.
- b) Jika nilai probabilitas > 0.05 , maka hubungan antara variabel X dan Y adalah tidak linier.

3. Uji Homogen

Setelah data diperoleh sudah normal, selanjutnya diuji dengan homogenitas. Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui beberapa varian adalah sama atau tidak asumsi yang mendasari dalam analisis varian adalah varian dari populasi sama. Sebagai criteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.

G. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan apabila terdapat lebih dari

satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel tersebut Sugiyono (2016: 192). Model regresi merupakan suatu model matematis yang dapat digunakan untuk mengetahui pola pengaruh antara dua variabel atau lebih. Persamaan regresi dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

- Y = variabel terikat
- a = konstanta
- b₁, b₂, b₃ = koefisien regresi
- X₁, X₂, X₃ = variabel bebas
- e = error trutment

1. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t dilaksanakan untuk mengetahui variabel x yang mana berpengaruh terhadap variabel dependen Y Sigit (2010: 119). uji t menguji signifikasi pengaruh variabel bebas (x) secara parsial terhadap variabel terikat (y) yang dapat dihitung:

$$t_{hitung} = r = \sqrt{\frac{n-\theta-2}{1-r^2}}$$

Dimana:

- t : statistik t derajat bebas ke n-2
- e : jenjang koefisien
- n : banyaknya pengamatan

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} atau bisa juga dengan memperhatikan signifikasi t lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau lebih besar 0,05 sehingga ditarik kesimpulan apakah hipotesis (ho) atau hipotesis alternative (Ha) tersebut ditolak atau diterima.

Kriteria untuk menerima dan penolakan suatu hipotesis adalah:

1. Nilai signifikan $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka hipotesis nol (Ho) diterima dan hipotesis alternatif (Ha) ditolak.
2. Nilai dignfikan Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis nol (Ho) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima

b. Uji Signifikan

Uji Signifikan adalah suatu uji statistik dan distribusi sampel dari suatu statistik hipotesis nol, berdasarkan hal tersebut uji signifikan dalam penelitian ini adalah:

- a) $H_0: \beta_1 \leq 0$: Ragam Produk (X_1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)
 $H_a: \beta_1 > 0$: Ragam Produk (X_1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)
- b) $H_0: \beta_2 \leq 0$: Ukuran Produk (X_2) tidak berpengaruh Keputusan Pembelian (Y)
 $H_a: \beta_2 > 0$: Ukuran Produk (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)
- c) $H_0: \beta_3 \leq 0$: Bentuk Produk (X_3) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)
 $H_a: \beta_3 > 0$: Bentuk Produk (X_3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)
- d) $H_0: \beta_1 \beta_2 \beta_3 \leq 0$: Ragam Produk, Ukuran Produk, Bentuk Produk (X_1, X_2, X_3) tidak berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y)
 $H_a: \beta_1 \beta_2 \beta_3 > 0$: Ragam Produk, Ukuran Produk, Bentuk Produk (X_1, X_2, X_3) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

2. Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel-variabel X secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel dependent. Uji F membuktikan apakah terdapat minimal satu variabel Y Sigit (2010: 141), uji dirumuskan dengan:

$$x = \frac{\sum(Y - Y_1)^2 / k}{\sum(Y - Y_2)^2 / (N - k - 1)}$$

Dimana:

Y : nilai pengamatan

Y_1 : nilai yang ditaksir

Y_2 : nilai rata-rata pengamatan

N : jumlah sampel

- K : jumlah variabel independent
F : koefisien determinasi

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} atau bisa juga dengan memperhatikan signifikansi F lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau signifikansi F lebih besar dari 0,05

Kriteria untuk menerima dan penolakan suatu hipotesis adalah:

- Nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak.
- Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima.

3. Koefisien Determinan (Uji R^2)

Koefisien determinan (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi (R^2) mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas (X). Bila nilai $R^2 = 0$, maka variasi dari variabel Y tidak dapat dijelaskan sama sekali oleh variabel X. Sedangkan bila nilai $R^2 = 1$, maka variasi dari variabel Y secara keseluruhan dapat dijelaskan oleh variabel X. Sehingga baik buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh nilai R^2 yang mempunyai nilai antara nol dan satu, perhitungan koefisien determinasi dengan menggunakan rumus Sigit, (2010:140) sebagai berikut:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

R^2 : koefisien determinan

r : koefisien korelasi