

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Desain Penelitian**

#### **1. Jenis Penelitian**

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono,2015:14). Penelitian ini akan menjelaskan hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang akan digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel dinyatakan dengan angka. Penelitian ini menghubungkan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel moderasi.

#### **2. Objek Penelitian**

Penelitian dilaksanakan pada Outlet Pusat Jajanan Serba Ada di desa Bandar Agung, kecamatan Terusan Nunyai, Lampung Tengah.

### **B. Definisi Operasional**

Definisi operasional variabel-variabel penelitian digunakan membatasi ruang lingkup yang diteliti. Definisi operasional ini juga bermanfaat untuk mengarahkan kepada pengukuran variabel-variabel serta pengembangan instrumen.

#### **1. Variabel (X1) Keanekaragaman Produk**

Definisi konseptual : Bahwa keanekaragaman produk mengacu pada kelengkapan produk dengan upaya yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen terpenuhi mulai dari ukuran yang lengkap, jenis produk lengkap, desain produk, dan kualitas produk.

Definisi operasional : Keanekaragaman produk mengacu pada kelengkapan produk dengan upaya yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen terpenuhi. Indikator yang meliputi ialah ukuran yang lengkap, jenis produk lengkap, desain produk yang lengkap, dan kualitas produk yang diukur dengan skala likert

menggunakan kuisisioner yang diberikan kepada konsumen yang membeli di pusat jajanan serba ada.

## **2. Variabel (X2) Harga**

Definisi konseptual : Bahwa harga produk merupakan suatu hal yang sangat penting untuk menentukan keputusan pembelian terhadap produk yang diinginkan konsumen mulai dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

Definisi operasional : Harga produk merupakan suatu hal yang sangat penting untuk menentukan keputusan pembelian terhadap produk yang diinginkan konsumen. Harga merupakan yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan yang diukur menggunakan skala likert dengan melalui keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat, yang dengan skala likert menggunakan kuisisioner dan diberikan kepada konsumen pusat jajanan serba ada.

## **3. Variabel (Y) Keputusan Pembelian**

Definisi konseptual : Keputusan pembelian merupakan suatu pilihan dalam menentukan suatu produk yang mereka inginkan mulai dari pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, jumlah pembelian, waktu pembelian, dan metode pembayaran.

Definisi operasional : Keputusan pembelian merupakan suatu pilihan dalam menentukan suatu produk yang mereka inginkan melalui pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, jumlah pembelian, waktu pembelian, dan metode pembayaran, yang diukur dengan skala likert menggunakan kuisisioner yang diberikan kepada konsumen di pusat jajanan serba ada.

## **4. Variabel (Z) Kualitas Produk**

Definisi konseptual : Kualitas produk ini yang paling mempengaruhi keputusan setiap konsumen dalam membeli produk yang dibutuhkan mulai dari kinerja produk, keistimewaan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, kemudahan perbaikan, estetika, dan cocok.

Definisi operasional : Kualitas produk ini yang paling mempengaruhi keputusan setiap konsumen dalam membeli produk yang meliputi elemen kinerja

produk, keistimewaan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, kemudahan perbaikan, estetika, cocok dan selesai, yang diukur dengan skala likert menggunakan kuisisioner yang diberikan kepada konsumen pusat jajanan serba ada.

### C. Tahap Penelitian

#### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari seluruh elemen berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik serupa sehingga menjadi pusat perhatian seorang peneliti dan dapat dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pelanggan yang membeli di Pusat Jajanan Serba Ada di Desa Bandar Agung Lampung Tengah.

#### 2. Sampel

Menurut, teknik acak sederhana merupakan teknik yang paling dasar atau awal. Teknik ini merupakan metode accak yang setiap orang akan mempunyai kesempatan yang sama. (Eriyanto, 2007)

Metode pengambilan sampelnya menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu metode pengambilan responden yang kebetulan bertemu disuatu tempat sesuai dengan konteks penelitian. Subjek yang diwawancarai sebagai responden adalah konsumen yang sedang berbelanja di Pusat Jajanan Serba Ada yang ditemui secara random yang berjumlah 60 responden. Jumlah responden sebanyak 60 orang tersebut dianggap sudah representatif karena sudah lebih besar dan cukup dari batas minimal sampel.

### D. Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Pengambilan Kuisisioner

Kuisisioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan data atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan responden atas pertanyaan tersebut.

**Tabel 3. Nilai dan Jawaban Kuisisioner**

Alternatif	Kategori	Keterangan
A	Sangat Sangat Setuju (SSS)	5

B	Setuju (S)	4
C	Kurang Setuju (KS)	3
D	Tidak Setuju (TS)	2
E	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### E. Instrumen Penelitian

**Tabel 4. Variabel Penelitian dan Indikator-Indikator Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan
1	Keanekaragaman Produk (X1)	1. Ukuran yang lengkap 2. Jenis produk lengkap 3. Desain produk 4. Kualitas produk	1, 2, 3, 4, 5 6, 7, 8, 9, 10 11, 12, 13, 14, 15 16, 17, 18, 19, 20
2	Harga (X2)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	1, 2, 3, 4, 5 6, 7, 8, 9, 10 11, 12, 13, 14, 15 16, 17, 18, 19, 20
3	Keputusan Pembelian (Y)	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Jumlah pembelian 5. Waktu pembelian 6. Metode pembayaran	1, 2, 3, 4 5, 6, 7 8, 9, 10 11, 12, 13 14, 15, 16 17, 18, 19, 20
4	Kualitas Produk (Z)	1. Kinerja produk 2. Keistimewaan 3. Keandalan	1, 2 3, 4, 5 6, 7

	4. Kesesuaian	8 , 9 , 10
	5. Daya tahan	11 , 12
	6. Kemudahan perbaikan	13 , 14
	7. Estetika	15 , 16
	8. Cocok	17 , 18 , 19 , 20

## F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis melakukan beberapa analisis data dan pengujian hipotesis, sebagai berikut :

### 1. Pengujian Persyaratan Instrumen

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknis analisis butir yaitu dengan jalan mengkorelasi skor butir (X) terhadap skor total (Y). Dengan menggunakan rumus korelasi person produk momen :

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2) (n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

(sumber: Sugiyono,2016:183)

$r_{xy}$  : regresi produk momen

$N$  : jumlah sampel

$x$  : skor pertanyaan

$y$  : skor total

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Sehingga jika hasilnya dibandingkan dengan  $r$  tabel dimana :

$Df = n - k$  dan dengan  $\alpha = 5\%$

Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel dikatakan tidak valid

Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dikatakan valid

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu dapat diandalkan. Reliabilitas dianggap reliabel bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  jika rumus yang digunakan adalah rumus *Cronbach Alpha Coefficeint*

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left[ 1 - \frac{\sum ab^2}{\alpha_b t^2} \right]$$

(sumber: Arikunto,2010:239)

Dimana:

$r_{11}$  : Reliabilitas instrumen

$k$  : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum_{ab} 2$  : Jumlah varians butir

$\alpha_b t^2$  : Varians total

## 2. Pengujian Persyaratan Analisis

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk melihat distrisbusi yang terjadi pada variabel bebas dan terikat apakah normal ataupun tidak. Data yang terdistribusi normal ataupun yang mendekati normal ialah data yang kurvanya normal tidak condong ke kanan maupun kiri sebagai bentuk model regresi yang baik berdasarkan pendapat Ghozali (2018:111).

Uji Kolmogorov-Smirnov yang terdapat pada aplikasi SPSS diterapkan untuk menguji normalitas suatu data dengan standar nilai Sig 0,05. Kriterinya apabila nilai Sig > 0,05, sehingga distribusi dari data normal. Sebaliknya, apabila nilai Sig < 0,05 sehingga distribusinya tidak normal. Adapun persamaan dari Kolmogorov-Smirnov ialah:

$$KD = 1,36 \frac{\sqrt{n^1 + n^2}}{n^1 + n^2}$$

(Sumber: Ghozali, 2018:11)

Keterangan:

KD = Jumlah Solgomorv Sminov Yang Dicari

$n^1$  = Jumlah Sampel Yang Diperoleh

$n^2$  = Jumlah Sampel Yang Diharapkan

Data dianggap normal apabila nilai Sig diatas 0,05 ( $P > 0,05$ ). Di sisi lain, apabila nilai Sig pada titik ( $P < 0,05$ ) dibawah 0,05 sehingga data tersebut ditentukan tidak normal.

### b. Uji Liniearitas

Maksud dari pengujian ini ialah untuk melihat korelasi dari variabel yang linier ataupun tidak terlalu signifikan. Pengujian ini umumnya diterapkan sebagai salah satu syarat pada analisis korelasi maupun regresi linier. Taraf sig pada uji linieritas ialah 0,05. Apabila nilai sig diatas 0,05 sehingga data tersebut linier.

### c. Uji Homogenitas

Pengujian ini dilaksanakan untuk melihat relevansi ataupun kesamaan atas variabel yang diteliti (Ghozali, 2018). Merujuk pada temuan pengukuran atas uji ini nantinya akan memperlihatkan nilai p. Data dapat memperlihatkan kesamaan ataupun serupa apabila nilai p nya diatas 0,05.

Taraf signifikasinsi yang dipakai yakni  $\alpha = 0,05$ . Penggunaan SPSS untuk uji homogenitas mempunyai kriteria apabila  $F_{hitung}$  nilainya dibawah Ftabel sehingga datanya disebut tidak homogen. Namun apabila nilai F hitung diatas Ftabel sehingga datanya dianggap homogen.

## 3. Model Analisis

### a. Moderated Regression Annalisis

Suatu model regresi yang terdiri atas beberapa variabel bebas. Tujuan dari pengujian ini ialah untuk melihat bagaimana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.(Ghozali,2018)

### b. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial ini dilaksanakan dengan melihat selisih dari thitung dan t tabel. Apabila nilai signifikansi dari t tabel  $>$  t hitung sehingga dianggap variabel X mempengaruhi variabel Y. Sebaliknya, apabila taraf signifikansi t tabel  $<$  t hitung artinya X tidak mempengaruhi Y. Y(n : total sampel ; k: total variabel bebas).

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Keterangan:

t = T Hitung

r = Koefesien Korelasi

n = Jumlah Sampel

Dasar menentukan ketetapan:

Apabila nilai sig  $\leq 0,05$  serta koefisien beta positif, sehingga hipotesis disetujui. Namun apabila nilai sig  $> 0,05$  serta koefisien beta negatif, sehingga hipotesis tidak disetujui.

### c. Determinasi ( $R^2$ )

Sejauh mana faktor bebas memperhitungkan variabel terikat diukur dengan koefisien determinasi. Korelasi yang signifikan antara variabel bebas dan terikat

ditunjukkan oleh tes ini. Koefisien berkisar dari 0 hingga 1, dengan nilai yang lebih tinggi memperlihatkan lebih signifikan (Ghozali, 2018). Dengan mengingat persamaan ini:

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

Keterangan:

KD= Koefisien Determinasi

$R^2$ = Koefisien korelasi

#### 4. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik adalah pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya. Jika menguji hipotesis penelitian dengan perhitungan statistik, maka rumusan hipotesis tersebut perlu diubah ke dalam rumusan hipotesis penelitian hanya dituliskan salah satu saja yaitu hipotesis alternatif ( $H_a$ ) atau hipotesis nol ( $H_0$ ). Sedangkan dalam hipotesis statistik keduanya dipasangkan sehingga dapat diambil keputusan yang tegas yaitu menerima  $H_0$  berarti  $H_a$ , begitu juga sebaliknya. Hipotesis statistik pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 < 0$  = Keanekaragaman produk ( $X_1$ ) tidak mempengaruhi dengan baik dan pasti untuk keputusan pembelian ( $Y$ ).

$H_a : \beta_1 > 0$  = Keanekaragaman produk ( $X_1$ ) mempengaruhi positif dan pasti terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).

$H_0 : \beta_2 < 0$  = Harga ( $X_2$ ) berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).

$H_a : \beta_2 > 0$  = Harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 < 0$  = Keanekaragaman produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan kualitas produk ( $Z$ ) secara simultan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).

$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0$  = Keanekaragaman produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan kualitas produk ( $Z$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 < 0$  = Keanekaragaman produk ( $X_1$ ), keputusan pembelian ( $Y$ ) tidak dimoderasi oleh kualitas produk ( $Z$ ).

$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0$  = Keanekaragaman produk ( $X_1$ ), keputusan pembelian ( $Y$ ) dimoderasi oleh kualitas produk ( $Z$ ).

$H_0: \beta_1, \beta_2 < 0$  = Harga ( $X_2$ ), keputusan pembelian (Y) tidak dimoderasi oleh kualitas produk (Z).

$H_a: \beta_1, \beta_2 > 0$  = Harga ( $X_2$ ), keputusan pembelian (Y) dimoderasi oleh kualitas produk (Z).