

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode asosiatif. Menurut Sugiyono (2016:21) “metode asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala”. Dalam penelitian metode asosiatif digunakan untuk menjelaskan tentang pengaruh harga, desain Kemasan, *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen pada kedai bebek prakoso 25 kota metro.

##### **1. Data Primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden (Seluruh konsumen kedai bebek prakoso 25) melalui wawancara dengan panduan koesioner yang ditujukan kepada konsumen yang hadir untuk melakukan pembelian produk di bebek prokoso 25 dikota metro yang bersedia menjadi sampel dalam penelitian ini. Jenis pertanyaan yang digunakan dalam koesioner adalah *close ended questions*, yaitu bentuk pertanyaan dengan beberapa alternatif jawaban bagi responden dengan data yang dihasilkan berbenuk skala Likert, yaitu interval 1 sampai dengan 5.

## **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada. Data sekunder dapat berupa catatan dan dokumentasi yang dipublikasikan oleh perusahaan, misalnya absensi, gaji, laporan keuangan publikasi perusahaan, data yang diperoleh dari majalah atau brosur dan lain sebagainya.

## **B. Objek dan Lokasi Penelitian**

Objek dan lokasi penelitian ini dilakukan pada kedai bebek prakoso 25 di Kota Metro yang berlokasi di 15 polos kota metro. Objek yang diteliti yaitu harga, desain Kemasan, *store atmosphere*, terhadap minat beli konsumen.

## **C. Metode Penelitian**

Metode penelitian harus ditentukan oleh peneliti sebelum melaksanakan penelitiannya agar memberikan gambaran serta arahan dan pedoman dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2012:1) mengungkapkan bahwa "Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu". Pada penelitian ini alat yang digunakan adalah model persamaan (*Statistical Product and service Solution-SPPS*).

### **1. Operasional Variabel**

Operasional disini menjelaskan mengenai variabel-variabel penelitian yang digunakan penelitian ini dengan tujuan memberikan kesimpulan mengenai batasan serta ruang lingkup penelitian, dari variabel yang dianalisis meliputi:

a. Variabel Harga ( $X_1$ )

- 1). Definisi Konseptual: harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli atau penjual (melalui tawar menawar) atau ditetapkan oleh penjual untuk suatu harga yang sama terhadap semua pembeli.
- 2). Definisi operasional: harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli atau penjual (melalui tawar menawar) atau ditetapkan oleh penjual untuk suatu harga yang sama terhadap semua pembeli. Yang diukur dengan instrumen berupa kuisisioner skala linkert yang diberikan pada konsumen kedai bebek prakoso 25 dikota metro.

b. Variabel Desain Kemasan ( $X_2$ )

- 1). Definisi konseptual : desain Kemasan adalah konsep yang lebih besar dari pada gaya. Gaya hanya menggambarkan penampilan produk. Gaya bisa menarik atau membosankan. Gaya yang sensasional bisa menarik perhatian dan menghasilkan estetika yang indah, tetapi gaya tersebut tidak benar-benar membuat kinerja produk menjadi lebih baik. Tidak seperti gaya, desain tidak hanya sekedar kulit luar, desain adalah jantung produk.
- 2). Definisi operasional : desain Kemasan adalah konsep yang lebih besar dari pada gaya. Gaya hanya menggambarkan penampilan produk. Gaya bisa menarik atau membosankan. Gaya yang sensasional bisa menarik perhatian dan menghasilkan estetika yang indah, tetapi gaya tersebut tidak benar-benar membuat kinerja produk menjadi lebih baik. Tidak seperti gaya, desain

tidak hanya sekedar kulit luar, desain adalah jantung produk. Yang diukur dengan instrument berupa kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan yang diisi baik calon maupun konsumen Kedai Bebek Prakoso 25 Dikota Metro.

c. Variabel *Store Atmosphere* ( $X_3$ )

- 1). Definisi konseptual : *store atmosphere* adalah suasana toko yang menciptakan perasaan tertentu dalam pelanggan yang ditimbulkan dari penggunaan unsur desain interior, pengaturan cahaya, tata suara, pelayanan.
- 2). Definisi Operasional : *Store atmosphere* merupakan karakteristik fisik toko yang dapat menunjukkan *image* (kesan) toko dan menarik konsumen. Suasana toko menyatakan bahwa suasana toko adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, percahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian, untuk menstimulasi persepsi dan respon emosional pelanggan dan akhirnya mempengaruhi perilaku pelanggan dalam membeli barang. Yang diukur dengan instrument berupa kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan yang diisi baik calon maupun konsumen Kedai Bebek Prakoso 25 Dikota Metro.

d. Variabel Minat Beli Konsumen (Y)

- 1). Definisi konseptual : minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen di mana konsumen mempunyai keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan.
- 2). Definisi operasional : minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen di mana konsumen mempunyai keinginan dalam memilih,

menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan. Yang diukur dengan instrument berupa kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan yang diisi baik calon maupun konsumen Kedai Bebek Prakoso 25 Dikota Metro.

**Tabel 3 Kisi-Kisi Kuesioner**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>No. Item</b>
Harga ( $X_1$ )	1. Keterjangkauan harga	1,2,3,4,5
	2. Daya saing harga	6,7,8,9,10
	3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	11,12,13,14,15
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat	16,17,18,19,20
Desain Kemasan ( $X_2$ )	1. Model Baru	1,2,3,4,5,6,7
	2. Warna	8,9,10,11,12,13
	3. Variasi Desain	14,15,16,17,18,19,20
<i>Store Atmosphere</i> ( $X_3$ )	1. <i>Desain Interior</i>	1,2,3,4,
	2. Pencahayaan	5,6,7,8,
	3. Warna	9,10,11,12,
	4. Music	13,14,15,16
	5. Aroma(Bau-Bauan).	17,18,19,20
Minat Beli Konsumen ( $Y$ )	1. Ketertarikan	1,2,3,4,5,6,7
	2. Keyakinan	8,9,10,11,12,13
	3. Keinginan	14,15,16,17,18,19,20

## 2. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh calon

konsumen dan konsumen yang akan menggunakan serta yang telah menggunakan produk kedai bebek prakoso 25 di kota metro.

#### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang di harapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2015 : 81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki ketebatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah jumlah populasi yang sangat banyak. Dalam penelitian ini dikarenakan jumlah sampel yang tidak diketahui jumlah pastinya karna dapat terus bertambah dan berkurang maka ukuran sampel akan dihitung menggunakan rumus lameshow sebagai berikut :

$$n = \frac{Z_{1-a}^2 - a.P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

$Z_{1-a}^2$  : Galat Baku (1.96) untuk (Tingkat kepercayaan 95%)

P : Maksimal Estimasi (0,5)

d : alpha (0,10) atau Sampling eror 10%=0,10

Maka :

$$\begin{aligned} n &= \frac{3,8416 - 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2} \\ &= 96,4 \text{ Responden} \end{aligned}$$

Dalam penelitian ini teknik sampling yang akan dipakai yaitu *accidental sampling*. Yaitu pengambilan sampel berdasarkan pelanggan yang secara

kebetulan datang di kedai bebek prakoso 25 kota metro dan bersedia menjadi sampel penelitian sebagai sumber data.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Sebagai pelengkap dalam pembahasan ini maka diperlukan data atau informasi baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Penulis memperoleh data yang berhubungan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

##### **1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)**

Yaitu penelitian yang dilakukan penulis dengan cara membaca beberapa buku literatur, mengumpulkan dokumen, arsip maupun catatan penting organisasi yang berhubungan dengan pembahasan skripsi ini dan kemudian selanjutnya diolah kembali.

##### **2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)**

Yaitu penelitian yang dilakukan pada perusahaan bersangkutan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penulis dengan cara:

###### **a. Observasi**

Yaitu suatu bentuk penelitian yang dilakukan penulis dengan pengamatan baik secara langsung maupun secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab.

###### **b. Dokumentasi**

Yaitu suatu catatan peristiwa yang sudah berlalu dan biasanya berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang atau perusahaan.

c. Wawancara

Yaitu suatu bentuk penelitian yang dilakukan dengan mewawancarai pihak-pihak yang berkaitan dalam organisasi untuk memperoleh data yang berhubungan dengan materi pembahasan.

d. Kuesioner

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

**Tabel 4 Jawaban dan Kriteria Kuesioner**

Jawaban	Kriteria Skor
A (Sangat Setuju)	5
B (Setuju)	4
C (Ragu-ragu)	3
D (Tidak Setuju)	2
E (Sangat Tidak Setuju)	1

**E. Teknik Analisis Data**

**1. Pengujian Persyaratan Instrumen**

**a. Uji Validitas**

Validitas menurut Sugiyono (2017:125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya yang terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,03 maka item tersebut dinyatakan *valid*, tetapi jika nilai korelasinya di bawah 0,03 maka item tersebut dinyatakan tidak *valid*. Dalam mencari nilai korelasi penulis menggunakan rumus pearson *product moment* dengan rumus :



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

Keterangan :

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi

$\sum X$  : Jumlah sekor item

$\sum Y$  : Jumlah sekor total

N : Jumlah responden

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan seluruh responden sampel, kemudian membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dari  $r_{tabel}$ , jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka butir pertanyaan tersebut adalah valid.

## b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas hanya dapat dilakukan setelah suatu instrumen telah dipastikan validitasnya. Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menghitung *Alpha Cronbach* dari masing-masing instrument dalam suatu variabel.

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alpha Cronbach* 0,70 (Ghozali 2011: 84). Formula yang digunakan untuk menguji reabilitas instrumen dalam penelitian ini adalah :

$$R_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma bt^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen/koefisien reliabilitas

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\Sigma \sigma b^2$  = Jumlah varians butir

$\sigma bt^2$  = Varians total

## **1. Pengujian Persyaratan Analisis untuk Regresi**

### **a. Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2011:160), uji normalitas bertujuan apakah model regresi variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) mempunyai kontribusi atau tidak. Uji normalitas dilakukan untuk melihat penyebaran data yang normal atau tidak karena data diperoleh langsung dari pihak pertama melalui kuesioner. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis uji statistik dan grafik.

Dalam uji statistik jika  $L_{hitung} > L_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (berdistribusi tidak normal) dan jika  $L_{hitung} < L_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (berdistribusi normal).

### **b. Uji Linieritas**

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dua variable mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis kolerasi dan analisis regresi linier.

### **c. Uji Homogenitas**

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak. Uji ini dilakukan sebagai prasyarat dalam analisis

*independent sample test* dan ANOVA. Sebagai kriteria pengujian jika nilai signifikan lebih dari 0,005 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.

## **2. Pengujian Hipotesis**

### **a. Analisis Regresi Linier Berganda**

Teknik analisis data yang digunakan analisis statistik adalah analisis regresi berganda. Menurut Sugiyono (2017:277) bahwa: Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependen* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *independen* sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal. Menurut Sugiyono (2017:277) persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = variable dependent yang diprediksikan (Minat beli konsumen)

X1 = variable independent (Harga)

X2 = variable independent (Desain Kemasan)

X3 = variable independent (*Store Atmosphere*)

a = Konstanta ( Y bila X=0)

e = error

## b. Uji T (Uji Partial)

Uji t berfungsi untuk mengetahui pengaruh secara individual antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Uji t dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{\beta_1}{S_{\beta_1}}$$

Keterangan:

$\beta_1$  = koefisien regresi variabel

$S_{\beta_1}$  = kesalahan baku koefisien regresi/standar error

Setelah dilakukan analisis data diketahui hasil perhitungannya maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai t hitung dengan tabel atau bisa juga dengan memperhitungkan signifikansi t lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau besar dari 0,05. Dari keterangan tersebut dapat ditarik kesimpulan apakah hipotesis nol ( $H_0$ ) atau hipotesis alternatif ( $H_a$ ) tersebut ditolak atau diterima. Hipotesis adalah sebagai berikut:

- 1).  $H_0$  = secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel Independen terhadap variabel dependen.
- 2).  $H_a$  = secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel dependen dan variabel Independen.

Kriteria untuk menerima dan menolak suatu hipotesis adalah:

- 1). Nilai t hitung < t tabel, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) di tolak.
- 2). Nilai t hitung > t tabel, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) di terima. Atau dengan melihat signifikansi t yaitu :
  - a) Signifikansi t > dari 0,05 maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) di terima.

- b) Signifikan  $t <$  dari 0,05 maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) di tolak.

**c. Uji F (Uji Simultan)**

Uji F untuk melihat apakah variabel Independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Melalui uji statistik dengan langkah-langkah menurut ghozali (2011:177) sebagai berikut:

$$\frac{r^2/k}{(1 - r^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

$r$  = Koefisien korelasi linier berganda

$n$  = Banyaknya data

$k$  = Banyaknya variabel bebas

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai  $f$  hitung dengan  $f$  tabel atau bisa juga dengan memperhatikan  $f$  lebih kecil dari atau sama dengan 0,05 atau signifikan  $f$  lebih besar dari 0,05 hipotesisnya adalah sebagai berikut:

- 1).  $H_0$  = Secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2).  $H_a$  = Secara simultan (bersama-sama) tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria untuk penerimaan dan penolakan suatu hipotesis adalah :

- 1). Nilai  $f$  hitung  $<$  tabel, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.

2). Nilai  $f$  hitung  $>$  tabel, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Atau dengan melihat signifikansi  $t$  yaitu:

a) Signifikansi  $t > 0,05$  maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis ( $H_a$ ) diterima.

b) Signifikansi  $t < 0,05$  maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis ( $H_a$ ) ditolak.

#### **d. $R^2$ Determinasi**

Menurut Sugiyono (2017:184) koefisien determinasi  $R^2$  pada intinya mengukur seberapa jauh variabel-variabel dependen dalam menjelaskan variabel dependen yang sangat terbatas.

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi total dalam variabel dependen yang diterangkan oleh variabel independen secara bersama-sama, dan besarnya berpengaruh yang disebabkan oleh variabel lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

$R^2$  = Koefisien Korelasi

### **3. Hipotesis Statistik**

Hipotesis Statistik adalah pertanyaan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya.

a.  $H_0 : \beta_1 \leq 0$  : Harga ( $X_1$ ), tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen ( $Y$ ).

$H_a : \beta_1 > 0$  : Harga (X1), berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y).

b.  $H_0 : \beta_2 \leq 0$  : Desain Kemasan (X2), tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y).

$H_a : \beta_2 > 0$  : Desain Kemasan (X2), berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y).

c.  $H_0 : \beta_3 \leq 0$  : *Store Atmosphere* (X2), tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y).

$H_a : \beta_3 > 0$  : *Store Atmosphere* (X2), berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y).

d.  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 \leq 0$  : Harga (X1), Desain Kemasan (X2), *Store Atmosphere* (X3), secara bersamaan tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y).

$H_a : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 > 0$  : Harga (X1), Desain Kemasan (X2), *Store Atmosphere* (X3), secara bersamaan berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y).