

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian dengan bentuk pendekatan kuantitatif kolerasi yang berjudul pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk herbal pada PT Halal Network International di Kota Palembang.

#### **B. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup di dalam penelitian ini adalah membahas tentang perilaku keputusan pembelian konsumen pada PT. Halal Network International di kota Palembang. Dalam penelitian ini menggunakan kualitas produk dan harga sebagai variabel (*independen*) dan keputusan pembelian sebagai variabel (*dependen*). Penelitian ini untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah seluruh subjek atau objek yang akan menjadi sasaran penelitian, populasi bukan hanya orang, akan tetapi objek dan benda- benda alam lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek. Semakin luas cakupan wilayah populasi penelitian, maka biaya, waktu dan tenaga yang dikeluarkan semakin besar.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pembeli PT Halal Network International di Kota Palembang.

## 2. Sampel

Sampel penelitian adalah bagian dari populasi atau bagian yang memberikan gambaran secara umum populasi. Sampel penelitian mempunyai karakteristik yang sama atau hampir sama dengan karakteristik populasi, sehingga sampel yang digunakan bisa mewakili populasi yang diamati.<sup>49</sup>

Adapun teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu accidental sampling (pengambilan sampel secara kebetulan). Penentuan jumlah sampel menggunakan teori Rascow dalam buku Sugiono, yang dilakukan menggunakan *the rule of the thumb*. Apabila populasi tidak diketahui, jumlah sampel 5 sampai 10 kali dari jumlah indikator variabel yang digunakan pada kuesioner. Terdapat 18 indikator pada penelitian ini terdiri dari 2 variabel bebas yaitu kualitas produk yang memiliki 8 indikator dan harga yang memiliki 4 indikator dan terdapat 1 variabel terikat yaitu keputusan pembelian yang memiliki 6 indikator. Total indikator dalam penelitian ini yaitu 18 indikator, maka hasil perhitungan sampel sebagai berikut:<sup>50</sup>

$$S = \text{Jumlah Indikator} \times 5$$

$$\text{Jumlah sampel} = \text{indikator variabel} \times 5$$

$$= 18 \times 5$$

$$= 90 \text{ sampel}$$

---

<sup>49</sup> Slamet Riyanto, Aglis Andhita, Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020) hal. 11-12

<sup>50</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. (Bandung: alfabeta, 2013) hal. 35

#### **D. Sumber Data**

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai setting, sumber, dan berbagai cara. Sumber data dapat dikumpulkan menggunakan sumber primer atau sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>51</sup> Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik Pengumpulan data didalam penelitian ini adalah kuesioner, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab, dan kuesioner juga merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen pada PT. Halal Network International di Kota Palembang.<sup>52</sup>

Pengisian dalam kuesioner penelitian ini menggunakan Skala likert, skala likert adalah alat ukur untuk mengukur sikap, pendapat dan pemikiran seseorang atau kelompok orang mengenai fenomena sosial. Variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator Variabel. Jawaban semua item instrument yang

---

<sup>51</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. (Bandung: alfabeta, 2007)hal.137

<sup>52</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2007)hal.142

menggunakan skala likert memiliki pilihan dari sangat positif sampai sangat negatif<sup>53</sup>

**Tabel 3.1**

**Skala Pengukuran**

<b>Pernyataan</b>	<b>skor</b>
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

#### **F. Definisi Konseptual Variabel**

Variabel penelitian adalah atribut, objek yang memiliki variasi antara satu dengan yang lain yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Terdapat tiga variabel 2 variabel independe dan 1 variabel dependen di dalam penelitian ini, yaitu:

##### **4. Variabel Independen**

Variabel independen (variabel bebas), merupakan jenis variable yang mempengaruhi variable lainnya, atau variabel yang menjadi sebab perubahan sehingga menimbulkan variabel dependen. Variabel independent di dalam penelitian ini ada dua yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2)

---

<sup>53</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017) hal. 133

5. Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel tidak bebas), variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen.<sup>54</sup>Variabel tidak bebas atau terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y)

**G. Definisi Operasional Variabel**

**Tabel 3.2**

**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Pengertian	Indikator	Pengukuran
1	Keputusan Pembelian	keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang disukai dari berbagai alternatif yang tersedia. (Keller K. I. Kotler P)	1. Pemilihan produk 2. Pemilihan Merek 3. Pemilihan saluran pembelian 4. Penentuan waktu pembelian 5. Pilihan waktu pembelian 6. Metode pembayara. <sup>55</sup>	<i>Likert</i>

<sup>54</sup>Megasari Gusandra Saragih, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dasar-Dasar memulai Penelitian*, (Medan:Yayasan Kita Menulis, 2021) hal. 45-46

<sup>55</sup>Didik Gunawan, *Keputusan Pembelian Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*, (Padang:PT. Inovasi Pertama Internasional, 2022) hal. 11-12

2	Kualitas Produk	Kualitas produk juga merupakan keberhasilan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, yaitu daya tahan, keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, juga atribut bernilai lain yang berharga pada produk secara keseluruhan. (Philip Kotler)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja</li> <li>2. Keistimewaan tambahan</li> <li>3. Kesesuaian harga dengan spesifikasi</li> <li>4. Kendala</li> <li>5. Daya tahan</li> <li>6. Estetika</li> <li>7. Kualitas yang dipersiapkan</li> <li>8. Dimensi kemudahan perbaikan saluran pembelian.<sup>56</sup></li> </ol>	<i>Likert</i>
3	Harga	Harga adalah sejumlah nilai yang dibayar oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa". (Philip Kotler & Gray Armstrong, 2008)	<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.<sup>57</sup></li> </ol>	<i>Likert</i>

## H. Teknis Analisis Data

Analisis data adalah sebuah proses mencari, menyusun secara sistematis data yang sudah didapatkan. Metode analisis data kuantitatif menggunakan statistik, metode yang bergantung kepada kemampuan untuk menghitung data

<sup>56</sup>Yosef Tonce, Yoseph Darius Purnama, *Minat dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga dan Kualitas Produk* (Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2022) hal. 24-26

<sup>57</sup>Mifuna Astuti, Nurhafifah Matandang, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020) hal. 33-34

secara akurat.<sup>58</sup>Dalam penelitian kuantitatif ini peneliti dalam mengolah dan analisis data kuantitatif menggunakan SPSS.

## **I. Metode Analisis Data**

### **1. Uji Instrumen Penelitian**

#### a. Uji validitas

Uji validitas menurut Sugiharto dan sitinjak adalah suatu tingkat dimana instrumen mengukur yang harusnya diukur. Menentukan seberapa baik alat ukur yang dipakai pada sebuah pengukuran.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas ialah tingkatan dimana suatu tes secara konsisten mengukur berapapun jumlah pengukuran itu. Reliabilitas bisa diartikan sebagai ketelitian atau kehandalan pengukuran. Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui dan memahami sejauh mana suatu penelitian bisa dipertanggungjawabkan<sup>59</sup>

### **2. Uji Asumsi Klasik**

#### a. Uji Normalitas data

Uji normalitas data adalah untuk mengukur apakah data yang sudah didapatkan memiliki distribusi normal agar dapat dipakai dalam statistik.<sup>60</sup>

---

<sup>58</sup>Elfrianto, Badin Nur Tanjung, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Medan: UMSU Press, 2022)hal. 144-145

<sup>59</sup> Dian Maulina, et.al, *Metode Penelitian Akutansi*, (Sumatra Barat:PT. Global Eksekutif Teknologi,2022) hal. 84-85

<sup>60</sup> Diah Wijayanti Sutha, *Biostatistika*, (Malang: Media Nusa Creative, 2019) hal. 75

b. Multikolinearitas`

Uji Multikolinearitas adalah suatu uji regresi apakah ada korelasi di antara variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik adalah model yang didalamnya tidak memiliki hubungan korelasi antara variabel bebasnya.<sup>61</sup>

Jika ada kolerasi yang tinggi di antara variabel-variabel independennya, maka hubungan hubungan antara variabel oindependen dengan variabel dependen menjadi terganggu. Uji multikolinearitas pada penelitian ini dengan melihat nilai Inflation Factor (VIF) pada model regresi<sup>62</sup>

c. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah suatu uji yang menilai apakah terdapat ketidak samaan variabel dari residual untuk seluruh pengamatan pada model regresi linier. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat penduga (prediksi).

---

<sup>61</sup> Muhammad Yusuf, Lukmaan Daris, Analisis Data Penelitian Teori & Alikasi dalam Bidang Periklanan, (Bogor: IPB Press, 2019) hal. 76-81

<sup>62</sup> Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews)*, (Jakarta : Rajawali Pres, 2016) Cet-1, hal. 106

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan rumus:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi Berdasarkan variabel (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>)

e = Eror term (variabel pengganggu).<sup>63</sup>

#### b. Uji t (Uji Parsial/Individu)

Uji t digunakan untuk mengetahui kebenaran dugaan atau pernyataan yang dihipotesiskan. Adapun rumusnya sebagai berikut:

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

Keterangan:

R = Nilai Korelasi

N = Jumlah sampel

uji t pada tingkat kepercayaan atau kebenaran (df) 95% atau

---

<sup>63</sup> Ita Rahmawati, et.al, *Faktor Diskon, Bonus Pck, dan In Store Display*, (Jombangan: LPPM Universitas KH.A. Wahab Hasbullah, 2020) hal. 29

signifikan ( $\alpha$ ) 0,05 dengan ketentuan sebagai berikut:

$H_0 = 0$ , Tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial

$H_a \neq 0$ , Memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial

Besarnya nilai dikatakan signifikan, jika nilai signifikan  $< \alpha$ , ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan sebaliknya

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah alat ukur untuk mengetahui besar sumbangan atau pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen, yang menunjukkan naik turunnya variabel Y yang dipengaruhi variabel X. Semakin tinggi nilai koefisien maka semakin baik kemampuan variabel independent terhadap variabel dependen.<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup> Nurgraha, Billy *Pengembangan Uji Statistik: implementasi metode regresi linier berganda dengan pertimbangan uji asumsi klasik*. (Sukaharjo: CV ParadinaPustaka,2022). hal. 32