

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mementingkan kedalaman data, penelitian kuantitatif tidak terlalu menitikberatkan pada kedalaman data, yang penting dapat merekam data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas. Pendekatan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang identik dengan pendekatan deduktif, yaitu berangkat dari persoalan umum (teori) ke hal khusus sehingga penelitian ini harus ada landasan teorinya.¹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kehalalan produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko U.D Heppy Bakery. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan dibantu dengan menggunakan perangkat SPSS versi 18 for windows.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di toko U.D Heppy Bakery yang beralamat di Komplek Wisma Indah 6 Balai Baru Padang. Yaitu dengan membagikan kuesioner kepada konsumen yang melakukan pembelian di toko U.D Heppy Bakery. Waktu pelaksanaan untuk penelitian ini kurang lebih adalah satu bulan.

¹Masyhuri dan Zainuddin, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*, (Bandung: PT Reflika Aditama, 2011), Edisi Revisi, Cet. III, h. 19

C. Variabel dan Defenisi Operasional

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi (masih rancu). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi 2, yaitu :

1. Variabel Independent (bebas), yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain.
2. Variabel Dependen(terikat), yaitu variabel yang dipengaruhi variabel lain.²

Variabel penelitian yang digunakan dan defenisi operasional dalam penelitian ini adalah :

a. Variabel Bebas (*independent variable*), Yang terdiri dari :

1) Kehalalan produk (X1)

Panganan yang halal adalah panganan yang tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk konsumsi umat islam dan pengolahannya tidak bertentangna dengan syariat islam.³

2) Harga (X2)

Dalam arti sempit harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan

²Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), Edisi Revisi, Cet. III, h. .57.

³Yoni Atma, Moh. Tufik dan Hermawan Seftino, *Loc.Cit.*

dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.⁴ Harga menjadi faktor utama dalam memengaruhi pilihan pembelian dan menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan.

3) Promosi (X3)

Promosi penjualan, sebagai unsur utama dalam kampanye pemasaran, adalah berbagai kumpulan alat-alat insentif yang sebagian besar berjangka pendek, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang.⁵

b) Variabel Terikat (*dependent variable*), yaitu: keputusan Pembelian (Y).

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Gary, keputusan pembelian adalah tahap dalam pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar benar akan membeli suatu produk atau jasa. Tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.⁶

D. Instrumen Penelitian

Karena pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Jadi instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan

⁴Philip Kotler dan Gary Amstrong, *op. cit.* hlm. 234.

⁵Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *op. cit.* hlm. 266.

⁶Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, op. cit.* h. 181.

untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.

Adapun instrumen dalam pengumpulan data *primer* adalah angket. Angket adalah teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner (daftar pertanyaan) untuk diisi langsung oleh responden seperti yang dilakukan dalam penelitian untuk menghimpun pendapat umum.⁷ Cara pengumpulan data tersebut dilakukan dengan prosedur : 1) responden diberi kuesioner, 2) sambil mengisi kuesioner ditunggu dan diberikan pengarahannya atau penjelasan jika belum jelas terhadap apa yang dibaca, 3) setelah responden mengisi kemudian jawaban tersebut diolah, dianalisis dan disimpulkan.

Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan *skala likert*. Skala likert adalah nilai peringkat setiap jawaban atau tanggapan itu dijumlahkan sehingga mencapai nilai total.⁸ *Skala likert* secara umum menggunakan peringkat lima angka penilaian, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Bobot Skala Likert

No	Pertanyaan	Nilai
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang setuju	3
4.	Tidak setuju	2
5.	Sangat tidak setuju	1

Sumber : Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public*

⁷Abdurrahmat Fathori, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penulisan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), Cet I, h. 111

⁸Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), Edisi 1, Cet ke-2, h. 196.

Untuk memperoleh instrumen yang baik maka perlu disusun kisi-kisi instrumen. Kisi-kisi instrumen penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator
1.	Kehalalan produk	a. Labelisasi halal. b. Bahan yang digunakan. c. Proses pengolahan. d. Penggunaan nama dan bahan.
2.	Harga	a. Keterjangkauan harga. b. Daya saing harga. c. Kesesuaian harga dengan kualitas. d. Perbandingan nilai produk.
3.	Promosi	a. Mengadakan penjualan pribadi. b. Tenaga penjualan. c. Periklanan. d. Hubungan kemasyarakatan.
4.	Keputusan pembelian	a. Keyakinan dalam membeli. b. Melakukan pembelian ulang.

E. Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi adalah serumpun atau sekelompok objek yang menjadi masalah sasaran penelitian. Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek

ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁹ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan pembelian di toko U.D Heppy Bakery di kota Padang yang populasinya tidak terbatas jumlahnya.

Sampel adalah bagian populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi.¹⁰ Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen dari populasi yang melakukan pembelian roti di toko U.D Heppy Bakery.

Karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui oleh sebab itu penulis menggunakan teknik pengambilan sampel yang tidak diketahui jumlahnya dengan menggunakan rumus Purba dalam Baedowi sebagai berikut:¹¹

Rumus untuk mencari sampel :

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

Z = Z score pada tingkat signifikansi tertentu (95%)

Moe = *Margin of error*

Dengan menggunakan *Margin of error* sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

⁹Masyhury dan Zainuddin, *op. cit.*, h. 157.

¹⁰Murti Sumarni dan Salamah Wahyuni, *metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), Edisi I, h. 70.

¹¹Purba dalam Baedowi, *op. cit.*, h. 47

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan adalah 96,04 responden. Dibulatkan menjadi 96 responden. Jadi, jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian ini berjumlah 96 responden.

F. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Accidental Sampling*. Sedangkan *Accidental Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti bisa dijadikan sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.¹² Pelaksanaan *Accidental Sampling* dalam penelitian ini diberikan kepada konsumen yang melakukan pembelian roti di toko U.D Heppy Bakery.

G. Jenis dan Sumber Data

Dalam sebuah penelitian, data memegang peranan penting yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan penelitian. Penelitian harus mengetahui jenis data apa saja yang diperlukan dan bagaimana mengidentifikasi, mengumpulkan, serta mengolah data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal langsung dari responden. Data responden sangat diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keputusan pembelian konsumen pada toko roti U.D Heppy Bakery yang dilihat

¹²Masyhuri dan Zainuddin, *op. cit*, h. 184

dari kehalalan produk, harga dan promosi. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder dari penelitian ini bersumber dari tinjauan pustaka, melalui buku bacaan, artikel majalah pemasaran, maupun jurnal yang diambil dari internet, dokumentasi dan wawancara.

H. Metode Analisis Data

Metode analisis data yaitu upaya pengolahan data menjadi informasi, dengan begitu karakteristik dan sifat data bisa dimengerti serta bermanfaat untuk menjawab sejumlah masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Supaya data yang diperoleh memiliki manfaat, maka data tersebut diolah lebih lanjut untuk dijadikan alat pertimbangan guna pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linear berganda dengan program SPSS 18 *for windows*.

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan, kesesuaian, atau kecocokan suatu alat untuk mengukur apa yang akan diukur.¹³ Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak validnya suatu kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan mampu

¹³Murti Sumarni dan Salamah Wahyuni, *op. cit*, h. 65

mengungkapkan atau menghasilkan sesuatu. Uji validitas dapat diketahui dengan menghitung r hitung dan r tabel ($n-2$).

b. Uji Reabilitas

Reabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Jika hasil pengukuran yang dilakukan secara berulang relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reabilitas yang baik. Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok objek yang relatif sama (aspek yang diukur belum berubah) meskipun tetap ada toleransi bila terjadi perbedaan.¹⁴

Pengukuran reabilitas dalam penelitian ini, adalah dengan menggunakan cara *one shot methode* atau pengukuran sekali saja. Untuk mengukur reabilitas dengan melihat *cronboach alpha*. Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronboach alpha* masing-masing variabel lebih dari 60 % atau 0,6 maka penelitian ini dikatakan reliabel.¹⁵

2. Teknik Analisis Data

Setelah data penelitian valid dan reliabel, selanjutnya dilakukan analisis data. Dalam penelitian ini ada beberapa teknik dalam menganalisis data yang digunakan, yaitu :

¹⁴Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2009), h. 149

¹⁵Ghozali dalam Intan Tri Jati Ningrum, "Pengaruh Event dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Rokok Sampoerna A Mild Pada PT HM Sampoerna Area Marketing Surabaya", *Jurnal Manajemen Kinerja*, Vol 2 Nomor 1, Januari, 2016, h. 6

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji prasyarat tentang kelayakan data untuk dianalisis. Melalui uji ini, sebuah data hasil penelitian dapat diketahui bentuk distribusi data tersebut, yaitu berdistribusi normal atau tidak normal.¹⁶ Berdistribusi normal atau tidaknya data dapat dilihat dengan menggunakan tabel one sampel *kolmogrov-smirnov* test, jika nilai data signifikan uji *kolmogrov-smirnov* $> 0,05$ berarti distribusi data dikatakan normal.

2) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai *Tolerance* dan *VIF*. Semakin kecil nilai *Tolerance* dan semakin besar *VIF* maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinearitas. Dalam kebanyakan penelitian menyebutkan bahwa jika *Tolerance* lebih dari 0,1 dan *VIF* kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari dua residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas.

¹⁶ Misbahudin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2013) Ed ke-2, Cet 1, h. 278

Heteroskedastisitas menyebabkan penaksir atau estimator menjadi tidak efisien dan nilai koefisien determinasi akan menjadi sangat tinggi.¹⁷

b. Analisis Regresi linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah regresi linear dimana sebuah variabel terikat (variabel Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (variabel X).¹⁸ Digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan lebih dari satu variabel melalui koefisien regresinya. Maksudnya analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent. Dengan analisis regresi didapatkan persamaan regresi untuk mengetahui pengaruh kehalalan produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko roti U.D Happy Bakery.

Rumus regresi linear berganda :

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

Dimana :

Y = Keputusan pembelian konsumen

b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi

X₁ = Produk

X₂ = Harga

X₃ = Promosi

¹⁷Duwi Priyanto, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*, (Yogyakarta: Gava Media, 2013), Cet. 1, h. 59

¹⁸Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004) Cet 1, h. 74.

e = Standar error

c. Pengujian Hipotesis

1) Uji T

Uji terhadap nilai statistik t merupakan uji signifikan parameter individual. Nilai statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independent secara individual terhadap variabel dependent.

$H_0 : s = 0$, artinya variabel independent bukan merupakan penjelas variabel dependent.

$H_a : s \neq 0$ artinya variabel independent merupakan penjelas variabel dependent.¹⁹

Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel dengan tingkat kesalahan sebesar 5%.

Dengan rumus sebagai berikut :

$$t_o = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan :

t_o = Koefisien nilai tes

b_i = Koefisien regresi

S_{b_i} = Standar kesalahan koefisien regresi

¹⁹Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*, (Yogyakarta: Gava Media, 2017), Edisi ke-2, h. 193.

Jika $t_{hitung} \leq \text{dari } t_{table} = H_0$ diterima dan H_a ditolak berarti variabel bebas tersebut tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.

Jika $t_{hitung} \geq \text{dari } t_{table} = H_0$ ditolak dan H_a diterima, berarti variabel bebas tersebut signifikan mempengaruhi variabel terikat.

2) Uji F (F test)

Nilai statistik F menunjukkan apakah semua variabel independent yang dimasukkan dalam persamaan/model regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependent.²⁰

$H_0 : s = 0$ artinya semua variabel independent bukan merupakan penjelas variabel dependent.

$H_a : s \neq 0$, artinya semua variabel secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependent.

Rumus uji F adalah sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / (K - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien regresi

K = Jumlah variabel bebas

N = Jumlah sampel

²⁰*Ibid*, h. 194.

$F_{hitung} \geq \text{dari } F_{table}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti kehalalan produk, harga dan promosi secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

$F_{hitung} \leq \text{dari } F_{table}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti kehalalan produk, harga dan promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

3) Koefisien Determinasi (R_2)

Analisis koefisien determinasi (R_2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.²¹ Jika nilai R_2 hitung semakin besar (mendekati satu) maka kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar. Hal ini mengindikasikan bahwa model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan variasi variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R_2 hitung semakin kecil (mendekati nol) maka kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin kecil, dan model yang digunakan semakin lemah menerangkan variasi variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi ganda berada diantara 0 dan 1 atau $0 < R_2 < 1$.²²

²¹Duwi Priyanto, *op. cit*, h. 56.

²²Duwi Priyanto, *Olah Data Statistik Dengan Program SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2013), Cet. 1, h. 37