

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Subjek dan Objek Penelitian

Moleong (2010:14) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut peneliti mendeskripsikan subjek pada penelitian ini adalah konsumen korek api gas.

Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti. Menurut Sugiyono (2016:35) objek penelitian adalah suatu atribut dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Objek pada penelitian ini adalah nama merek, kemasan, fitur, desain, dan tingkat kualitas pada produk korek api Tokai Soulmatch serta pengaruhnya terhadap minat beli konsumen.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi observasi yang dilakukan berdomisili di PT. Tokai Dharma Indonesia yang beralamat di Jalan Raya Jakarta Bogor KM 31 Cimanggis, Depok, Jawa Barat Kode Pos 16952. Lokasi penyebaran kuesioner akan dilakukan di satu daerah yaitu Kota Depok.

3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu yang diperlukan untuk melakukan penelitian ini akan berlangsung selama tujuh bulan mulai dari tanggal 22 Januari 2018 sampai dengan bulan Juli 2018.

3.3 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2010:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kesamaan dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam melakukan penelitian ini, populasi yang digunakan adalah Masyarakat di Kota Depok dengan rentang usia 17 – 30 Tahun dan menggunakan korek api gas.

3.3.2 Teknik Penarikan Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari populasi. Bila populasi tersebut besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada di populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* adalah teknik sampling yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dijadikan sampel. Teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Menurut Roscoe dalam Sugiyono memberikan saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

- a. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya : pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- b. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
- c. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Berdasarkan teori tersebut, sampel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 orang responden dari populasi yang ada. Angka tersebut berdasarkan ketentuan Roscoe yaitu jumlah variabel independen dan dependen pada penelitian berjumlah 5 variabel dikalikan 10 menjadi 50 responden.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

a. Data Kualitatif

Data Kualitatif adalah data yang berupa pendapat atau pernyataan dan tidak berupa angka akan tetapi berupa kata-kata atau kalimat. Penelitian ini menggunakan data kualitatif mengenai profil perusahaan PT. Tokai Dharma Indonesia.

b. Data Kuantitatif

Data Kuantitatif adalah data yang berupa angka. Data kuantitatif dapat diolah dan dianalisa dengan menggunakan perhitungan statistika. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah hasil penyebaran kuisoner pada sampel yang telah ditentukan berupa data mentah yang diukur dan dianalisis menggunakan *Software SPSS 20.00* untuk mengetahui tanggapan responden mengenai nama merek, kemasan, fitur, desain, dan tingkat kualitas terhadap minat beli konsumen korek api Tokai Soulmatch.

3.4.2 Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini data primer berasal diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data tambahan yang sebelumnya dilakukan oleh pihak lain. Data sekunder digunakan peneliti untuk mendukung data primer yang digunakan peneliti untuk penelitian ini. Peneliti memperoleh data sekunder dari berbagai sumber seperti buku, penelitian terdahulu, referensi internet, maupun studi kepustakaan yang lainnya.

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:120) Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (variabel independen) dan variabel terikat (variabel dependen).

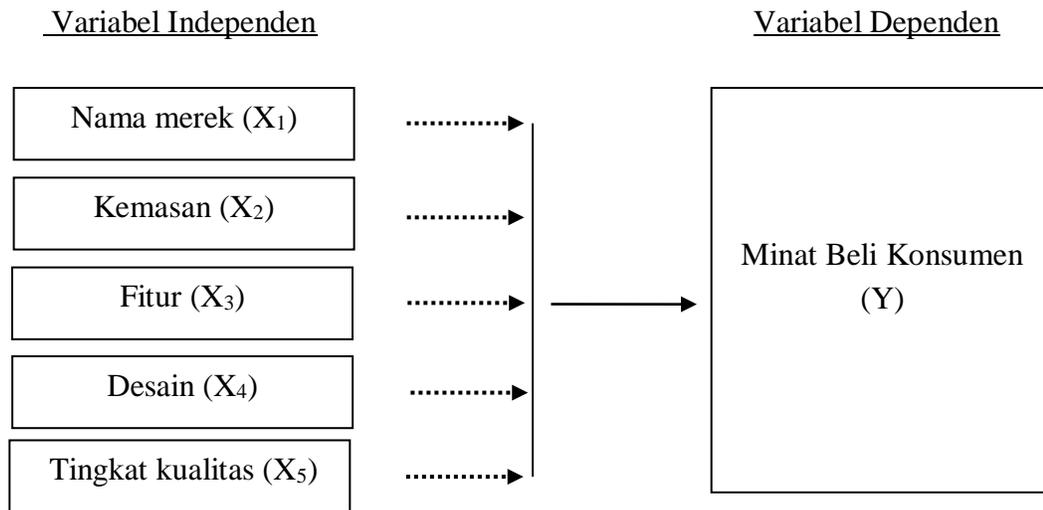
1. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempunyai pengaruh atau yang menjadi sebab perubahan variabel terikat.

Variabel bebas terdiri dari variabel nama merek (X_1), kemasan (X_2), fitur (X_3), desain (X_4), dan tingkat kualitas (X_5).

2. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat beli konsumen (Y).

Gambar 3.1
Bagan Kerangka Konseptual Penelitian
Pengaruh Persepsi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen



Keterangan :

.....▶ : pengaruh antar masing-masing variabel X terhadap Y

————▶ : pengaruh secara bersama – sama variabel X terhadap Y

Sumber : Data diolah 2018

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena yang akan diamati. Instrumen dibuat dengan cara menyusun variabel - variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti. Dari variabel tersebut ditentukan indikator yang akan diukur. Dari indikator ini kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pernyataan atau pertanyaan. Hal ini merupakan Proses pemberian indikator pada sebuah variabel secara sistematis atau berurutan dari teori - teori yang digunakan dalam penelitian ini. Instrumen penelitian ini menggunakan skala. Dalam penelitian ini akan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu objek.

Tabel 3.1
Skala Likert

Pernyataan	Nilai Pengukuran
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta. hal.93

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian Persepsi Produk dan Minat Beli Konsumen

Variabel	Indikator	Skala pengukuran	Item pernyataan
Nama merek	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nama merek yang digunakan mudah diingat 2. Nama merek sesuai dengan produk 3. Nama merek yang digunakan unik 	Skala likert	1,2,3
Kemasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kombinasi warna pada kemasan menarik perhatian 2. Ukuran kemasan mudah untuk digenggam 3. Ilustrasi gambar pada kemasan menarik perhatian 4. Terdapat kelengkapan 		4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14

	<p>informasi pada kemasan</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Ukuran tulisan kemasan mudah dibaca 6. Identitas merek pada kemasan 7. Kombinasi warna pada label menarik 8. Gambar pada label menarik perhatian 9. Identitas merek pada label 10. Terdapat kelengkapan informasi pada label 11. Informasi mudah dibaca 		
Fitur	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fitur memiliki keunikan atau perbedaan 2. Fitur sesuai harapan 		15,16
Desain	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain yang lebih ramping 2. Keseluruhan tampilan yang menarik 3. Kesan yang diciptakan pada produk 		17,18,19
Tingkat kualitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk aman digunakan 2. Produk bisa digunakan jangka waktu yang lama 3. Produk tahan untuk dicoba berkali - kali 		20,21,22
Minat Beli Konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecenderungan untuk membeli produk karena nama merek 2. Kecenderungan untuk membeli produk karena kemasan 3. Kecenderungan untuk membeli produk karena fitur 	Skala likert	23,24,25, 26,27,28

	4. Kecenderungan untuk membeli produk karena desain		
	5. Kecenderungan untuk membeli produk karena kualitas		

Sumber : Data diolah 2018

3.7 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian. Dalam hal ini penulis melakukan observasi dengan mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan secara langsung melalui kerja praktik di PT. Tokai Dharma Indonesia

2. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Penggunaan kuesioner disajikan secara tertulis oleh peneliti kepada responden. Dalam penelitian ini digunakan kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang sudah tersedia jawabannya, sehingga responden hanya memilih jawaban yang terdapat pada lembar pernyataan.

3. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan data yang bersifat sekunder yang berasal dari hasil penelitian, laporan-laporan, buku, majalah, dokumen, literatur dan tulisan yang berkaitan dengan erat dengan penelitian dan dapat membantu hasil penelitian.

3.8 Uji Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Sugiyono dikutip dalam Saban Echdar mengatakan bahwa uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian¹. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mengukur data itu valid yang mempunyai arti bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Teknik uji validitas dengan korelasi pearson, jika nilai positif dan R Hitung $>$ R Tabel maka butir/item pada penelitian ini dapat dinyatakan valid, jika R Hitung $<$ R Tabel maka butir/item pada penelitian ini dapat dinyatakan tidak valid. Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan *Software SPSS 20.00*. Untuk menguji apakah item tersebut valid atau tidak, maka hasil uji R Hitung harus dibandingkan dengan R Tabel. Dengan ketentuan $\alpha = 5\%$. Jumlah responden (n) sebanyak 30 responden, maka didapati R Tabel dengan $\alpha = 5\%$ (0.05) adalah 0.361.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Sugiarto dan Sitinjak menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya di lapangan².

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap objek yang sama dengan alat ukur yang sama. Alat ukur tersebut dengan reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.

¹ Echdar, Saban. 2016. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia. Hal. 317

² Ibid, hal. 318

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Analisis Deskriptif

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2016:53) Analisis Deskriptif merupakan rumusan masalah yang berhubungan dengan suatu variabel, baik pada satu variabel atau lebih. Untuk mengetahui nilai variabel penelitian, peneliti menggunakan nilai rata-rata (*mean*) dari masing-masing variabel tersebut. Berikut rumus rata-rata (*mean*) dari Sugiyono adalah sebagai berikut :

$$Me = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan :

Me : Rata – rata (*mean*)

$\sum Xi$: Jumlah nilai dari I sampai ke n

N : Total sampel yang digunakan

Setelah didapat rata-rata (*mean*) suatu variabel tersebut, kemudian nilai rata-rata tersebut dimasukkan kedalam sebuah kategori skala. Untuk mengetahui batasan kelas, maka digunakan rumusan yang dapat dilihat sebagai berikut.

$$\text{Rumus interval} = \frac{\text{Nilai tertinggi - nilai terendah}}{\text{Banyaknya kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

Sehingga *range* untuk hasil penelitian yaitu :

Range skala:

1.00 – 1.80 = Sangat Tidak Baik

3.41 – 4.20 = Baik

1.81 – 2.60 = Tidak Baik

4.21 – 5.00 = Sangat baik

2.61 – 3.40 = Cukup

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi berganda pada penelitian ini, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik dilakukan agar dapat mengetahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak. Apabila uji asumsi klasik terpenuhi, maka analisis regresi berganda bisa dilakukan.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang dihasilkan dari penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai yang terdistribusi secara normal. Metode pengujian uji normalitas menggunakan metode grafik *Normal P-Plot of Regression Standardized*.

2. Uji Multikolinieritas

Pada analisis regresi linier berganda dilakukan uji Multikolinieritas karena variabel independennya lebih dari satu dalam model regresi. Multikolinieritas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya.

Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, apabila nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian gejala heteroskedastisitas ini menggunakan metode grafik *Scatterplot* yaitu dengan melihat pola titik – titik pada grafik tersebut.

3.9.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh atau hubungan secara linier antara lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependennya. Pada penelitian ini terdapat variabel lebih dari satu variabel bebas yaitu variabel nama merek (X_1), kemasan (X_2), fitur (X_3), desain (X_4), dan tingkat kualitas (X_5) dengan satu variabel dependen yaitu Minat Beli Konsumen (Y).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

Keterangan Y : minat beli konsumen

A : konstanta

b_1 : koefisien regresi dari variabel X_1 (nama merek)

X_1 : variabel nama merek

b_2 : koefisien regresi dari variabel X_2 (kemasan)

X_2 : variabel kemasan

b_3 : koefisien regresi dari variabel X_3 (fitur)

X_3 : variabel fitur

b_4 : koefisien regresi dari variabel X_4 (desain)

X_4 : variabel desain

b_5 : koefisien regresi dari variabel X_5 (tingkat kualitas)

X_5 : variabel tingkat kualitas

Jika hasil koefisien regresi bernilai positif, maka dapat dikatakan semakin tinggi variabel nama merek, kemasan, fitur, desain dan tingkat kualitas diberikan maka akan semakin tinggi pula minat beli yang dirasakan oleh konsumennya. Begitu pula sebaliknya Jika hasil koefisien regresi bernilai negatif, maka dapat dikatakan semakin tinggi variabel nama merek, kemasan, fitur, desain dan tingkat kualitas yang diberikan, tidak berarti akan semakin tinggi pula minat beli yang dirasakan oleh konsumennya.

3.9.4 Analisis Koefisien Determinan

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi antara 0 (nol) sampai 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.9.5 Uji Hipotesis

1. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan atau menyeluruh variabel nama merek, kemasan, fitur, desain, dan tingkat kualitas berpengaruh atau tidak terhadap minat beli konsumen. Untuk menguji hipotesis sebagai berikut :

H1 : Nama merek, kemasan, fitur, desain, dan tingkat kualitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen korek api gas Tokai Soulmatch.

Kriteria pengujian :

Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Berdasarkan signifikansi

Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima

Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

2. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel nama merek, kemasan, fitur, desain, dan tingkat kualitas berpengaruh atau tidak terhadap minat beli konsumen. Untuk menguji hipotesis sebagai berikut :

H2 : Nama merek berpengaruh terhadap minat beli konsumen korek api gas Tokai Soulmatch.

H3 : Kemasan berpengaruh terhadap minat beli konsumen korek api gas Tokai Soulmatch.

H4 : Fitur berpengaruh terhadap minat beli konsumen korek api gas Tokai Soulmatch.

H5 : Desain berpengaruh terhadap minat beli konsumen korek api gas Tokai Soulmatch.

H6 : Tingkat kualitas terhadap minat beli konsumen korek api gas Tokai Soulmatch.

Kriteria pengujian :

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Berdasarkan signifikansi

Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima

Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak