

BAB 3

METODE PENELITIAN

1. Definisi konsep

Minat beli adalah suatu perilaku konsumen yang tertarik terhadap suatu produk, sehingga menyebabkan minat seseorang untuk akhirnya melakukan pembelian (Kotler & Keller, 2019).

Desain produk merupakan totalitas keistimewaan yang dapat mempengaruhi cara penampilan dan fungsi suatu produk atau jasa dalam hal kebutuhan konsumen (Suswardji, 2019).

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa yang ditukarkan untuk mendapatkan suatu manfaat, kepemilikan, dan penggunaan suatu produk atau jasa yang diinginkan (Kotler, & Amstrong, 2019).

Kualitas produk merupakan suatu tingkatan mutu sebuah produk yang diharapkan dan dikendalikan keragamannya untuk menciptakan sebuah produk yang bermutu tinggi untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumennya (Tjiptono, 2019).

2. Definisi operasional

2.1 Minat beli

Menurut Kotler & Keller (2019) terdapat beberapa indikator-indikator minat beli yaitu:

2.1.1 Minat transaksional, ialah kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa.

- 2.1.2 Minat referensial, ialah kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk atau jasa kepada calon konsumen.
- 2.1.3 Minat preferensial, ialah penggambaran perilaku konsumen yang memiliki preferensi utama pada suatu produk atau jasa.
- 2.1.4 Minat eksploratif, ialah perilaku konsumen yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mendukung nilai-nilai positif dari produk tersebut.

2.2 Desain produk

Menurut Suswardji (2019) indikator-indikator desain produk di antara lain yaitu:

- 2.2.1 Mengikuti perkembangan zaman, desain produk dirancang untuk tetap mencakup beberapa aspek teknologi, budaya, dan perubahan kebutuhan konsumen.
- 2.2.2 Warna bervariasi, meningkatkan daya tarik visual kepada konsumen.
- 2.2.3 Desain elegan, mencerminkan keanggunan, kesederhanaan, dan fungsional produk secara visual baik dari bentuk, warna dan tampilan kemasan.

2.3 Harga

Menurut Kotler (2019) terdapat beberapa indikator-indikator dari harga yaitu:

- 2.3.1 Keterjangkauan harga, dengan harga yang terjangkau maka konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh produsen.

- 2.3.2 Kesesuaian harga dengan kualitas, harga sering dijadikan perbandingan untuk kualitas bagi konsumen dengan dua barang yang akan konsumen beli.
- 2.3.3 Kesesuaian harga dengan manfaat, konsumen akan memutuskan membeli suatu produk atau jasa, apabila manfaat dari produk tersebut lebih besar atau sebanding dengan harga yang telah dikeluarkan.
- 2.3.4 Daya saing harga, konsumen akan membandingkan harga produk satu dengan produk yang lainnya apakah lebih murah.

2.4 Kualitas produk

Indikator-indikator kualitas harga menurut Tjiptono (2019) yaitu:

- 2.4.1 Variasi produk, produk yang memiliki beberapa jenis diantaranya ukuran, harga, dan penampilan.
- 2.4.2 Keandalan, kemungkinan suatu produk dalam menjalankan fungsinya berhasil dalam periode waktu tertentu.
- 2.4.3 Daya tahan, pengukuran ketahanan produk baik secara teknis maupun secara waktu.
- 2.4.4 Kemasan, tempat untuk membungkus produk agar terjaga dan lebih menarik konsumen.

3 Jenis penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk, harga, dan kualitas produk terhadap minat beli yang mengacu pada rumusan masalah yang telah dijabarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

4 Sumber data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu data primer. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data secara langsung sebagai sumber informasi yang tepat dan akurat sesuai dengan yang dicari peneliti (Wiyono, 2020). Dalam penelitian ini data primer yang didapatkan diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan menggunakan *Google form* kepada mahasiswa di Yogyakarta yang berminat membeli es krim Wall's.

5 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan ciri-ciri tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dijadikan pelajaran dan pada akhirnya akan dijadikan kesimpulan, sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu (Sugiyono, 2019).

Populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa yang berada di wilayah Yogyakarta yang berminat membeli es krim Wall's. Sampel dalam penelitian ini merupakan mahasiswa D3/D4/S1 yang berada di wilayah Yogyakarta yang berminat membeli es krim Wall's.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non probability sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel penelitian dengan metode *Purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan sebuah teknik pengambilan sampel yang mempertimbangkan persyaratan-

persyaratan tertentu agar layak dijadikan sampel sesuai apa yang dimaksud peneliti (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini kriteria sampel yang menjadi responden penelitian adalah mahasiswa jenjang studi D1/D2/D3/D4/S1 yang belum pernah membeli es krim Wall's dan pernah mencoba es krim Wall's dalam 1 tahun terakhir. Ukuran sampel dihitung dengan menggunakan rumus Hair dkk (2020), karena populasi belum diketahui dengan pasti jumlahnya di mana indikator sampel yaitu 5 sampai 10. Rumus jumlah untuk penentuan sampel yaitu 5 x jumlah indikator, dimana dalam penelitian ini terdapat 15 indikator. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu $5 \times 15 = 75$ responden yang dipilih merupakan mahasiswa yang berada di wilayah Yogyakarta yang berminat untuk membeli es krim Wall's.

6 Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode survei kepada konsumen dengan membagikan kuesioner kepada responden sebagai sampel dengan pengukuran skala *likert*. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada konsumen sebagai responden untuk dijawab (Sugiyono, 2019).

7 Metode analisis data

7.1 Uji instrument penelitian

7.1.1 Uji validitas

Menurut Widarjono (2018) uji validitas dengan korelasi Pearson dilakukan dengan mengkorelasikan setiap daftar pertanyaan di dalam kuesioner dengan total skornya. Pengujian ini menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05. Dengan kriteria jika r hitung $>$ r table maka instrument dikatakan valid.

7.1.2 Uji reliabilitas

Menurut Widarjono (2018) reliabilitas data untuk menguji apakah instrument di dalam kuesioner dapat dipercaya. Reliabilitas diukur dengan konsistensi antar instrument yang digunakan. Metode yang digunakan dalam menguji reliabilitas yaitu dengan metode *Cronbach's alpha*, dengan kriteria instrument dikatakan dapat dipercaya apabila nilai *Cronbach's alpha* $>$ 0,5.

7.2 Uji asumsi dasar

7.2.1 Uji normalitas

Menurut Widarjono (2018) uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah sampel berasal dan populasi berasal dari distribusi normal. Untuk menguji normalitas menggunakan teknik uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikan sebesar 0,05 atau 5%.

7.3 Uji asumsi klasik

7.3.1 Uji multikolinearitas

Menurut Widarjono (2018) uji multikolinearitas yaitu untuk mengetahui ada tidaknya masalah multikolinieritas atau ada tidaknya kolerasi antara variabel independen. Dalam hal ini, model pengujian yang digunakan yakni dengan melihat *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai $VIF < 10$ maka bias dikatakan tidak terjadi multikolinieritas, namun sebaliknya apabila nilai $VIF > 10$ maka dikatakan terjadi multikolinearitas.

7.3.2 Uji heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) uji heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residu suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi dapat dikatakan homoskedastisitas jika varian residu suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka sebaliknya model regresi dikatakan heteroskedastisitas jika varian dari residu suatu pengamatan dengan pengamatan lain berbeda. Dengan demikian, model regresi yang baik yaitu yang tidak terjadi heteroskedastisitas yang dapat di uji dengan uji *Glejser*. Dalam uji *Glejser* yaitu meregresi nilai absolut residu terhadap variabel independen dengan kriteria model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikannya $> 0,05$.

7.4 Uji hipotesis

7.4.1 Analisis regresi linier berganda

Menurut Widarjono (2018) analisis regresi linier berganda yaitu uji untuk mengetahui analisis hubungan antara dua variabel atau lebih, variabel dependen dengan variabel independen. Adapun model persamaannya yaitu seabagai berikut: $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$

Keterangan;

Y = minat beli

β_1 = koefisien regresi desain produk

β_2 = koefisien regresi harga

β_3 = koefisien regresi kualitas produk

X_1 = variabel desain produk

X_2 = variabel harga

X_3 = variabel kualitas produk

e = *standard error*

7.4.2 Uji F

Menurut Ghozali (2018) uji kelayakan model adalah uji ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai actual yang dapat diukur dari *Goodness of fitnya* yang dalam statistik diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik

F dan nilai statistik t. Secara statistik uji kelayakan disebut signifikan apabila nilai ujinya berada dalam daerah kritis (H_0 ditolak).

7.4.3 Uji t

Menurut Widarjono (2018) uji t adalah uji untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dilakukan dengan cara membandingkan nilai probabilitas signifikan dengan nilai signifikan sebesar 0,05. Berikut beberapa kriteria uji t yaitu sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$ berarti H_1 , H_2 , H_3 diterima.
- 2) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ berarti H_1 , H_2 , H_3 ditolak.

7.4.4 Koefisien determinasi

Menurut Widarjono (2018) koefisien determinasi adalah uji untuk mengukur seberapa baik garis regresi sesuai dengan data uji kelayakan model. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur persentase total variasi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen dalam regresi. Nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Apabila R^2 semakin mendekati 1 maka semakin baik regresi, sebaliknya apabila mendekati angka 0 maka semakin kurang baik regresinya.