

### **BAB III**

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

##### **A. Definisi Konsep**

Definisi konsep yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Kualitas produk ( $X_1$ )

Kualitas produk merujuk pada ciri dan karakteristik dasar dari suatu produk atau layanan yang menunjukkan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara tidak langsung (Kotler, P., & Keller, 2019).

b. Kepercayaan merek ( $X_2$ )

Kepercayaan merek adalah keyakinan konsumen bahwa merek tersebut dapat memenuhi nilai yang dijanjikan, sehingga memberikan kepuasan dan harapan yang baik (Firmansyah, 2019).

c. Harga ( $X_3$ )

Harga adalah jumlah uang yang dikenakan atau nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan atau kepemilikan suatu produk atau layanan (Kotler, P., & Armstrong, 2019).

d. Keputusan pembelian ( $Y$ )

Keputusan pembelian adalah pilihan yang dibuat oleh konsumen untuk membeli barang atau jasa, yang melibatkan

serangkaian tahapan dalam proses pengambilan keputusan (Kotler, P., & Armstrong, 2019).

## **B. Definisi Operasional**

### **1. Variabel Independen**

Variabel yang didefinisikan secara operasional berdasarkan rumusan dan hipotesis terdapat 2 variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Untuk mengukur suatu variabel yang mendefinisikan secara operasional berdasarkan rumusan hipotesis yaitu sebagai berikut:

#### **1. Variabel bebas (*Independent variable*)**

##### **a. Kualitas produk**

Berikut indikator kualitas produk menurut Kotler & Keller (2019) sebagai berikut:

- a) Bentuk (*form*)
- b) Fitur (*feature*)
- c) Kualitas kinerja (*performance quality*)
- d) Kualitas kesesuaian (*conformance quality*)
- e) Ketahanan (*durability*)
- f) Keandalan (*reliability*)
- g) Gaya (*style*)
- h) Desain (*design*)

##### **b. Kepercayaan merek**

Indikator kepercayaan merek menurut Firmansyah (2019)

sebagai berikut:

- a) Kepercayaan pada merek
- b) Keamanan merek
- c) Kejujuran merek

c. Harga

Berikut beberapa dimensi harga menurut Kotler & Armstrong (2019):

- a) Keterjangkauan harga
- b) Kesesuaian harga dengan kualitas
- c) Kesesuaian harga dengan manfaat
- d) Daya saing harga

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

a. Keputusan pembelian

Berikut indikator keputusan pembelian menurut Kotler & Armstrong (2018) yaitu sebagai berikut:

- a) Pemilihan produk
- b) Pemilihan merek
- c) Pemilihan tempat atau saluran distribusi
- d) Waktu pembelian
- e) Jumlah pembelian
- f) Metode pembayaran

### **C. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), metode kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini diterapkan untuk menyelidiki populasi dan sampel tertentu, di mana data dikumpulkan melalui alat penelitian dan dianalisis secara statistik. Tujuan utama dari metode ini adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Metode ini disebut kuantitatif karena data yang digunakan berbentuk angka dan analisisnya dilakukan dengan teknik statistik.

### **D. Jenis dan Sumber Data**

Menurut Sugiyono (2019), data primer merujuk pada sumber data yang langsung dihasilkan oleh pengumpul data. Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan berasal dari pengisian kuesioner yang disebarkan kepada responden melalui *Google form*.

### **E. Populasi dan Sampel**

#### **a. Populasi**

Menurut Sugiyono (2020), populasi terdiri dari semua elemen yang menjadi dasar untuk generalisasi. Dalam penelitian ini, populasi mencakup semua konsumen produk Susu Kambing Peranakan Etawa Bubuk merek Zuzuka Yogyakarta.

#### **b. Sampel**

Menurut Sugiyono (2020) sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk diteliti guna memperoleh informasi yang dapat

digeneralisasikan.. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen dalam populasi (Sugiyono, 2019). Adapun cara penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019) *purposive sampling* dapat diartikan untuk mengambil sampel atau sumber data melalui pertimbangan. Pertimbangan untuk kriteria dalam penelitian ini adalah berusia minimal 17 tahun dan telah melakukan pembelian minimal dua kali untuk dikonsumsi sendiri dalam kurun waktu satu tahun terakhir.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus perhitungan Hair dkk. (2019), karena ukuran populasi yang belum diketahui dengan pasti, sehingga sampel dihitung dengan jumlah indikator dikali 5 sampai dengan 10. Indikator dalam penelitian ini sebanyak 21, sehingga perhitungan minimal sampel adalah  $5 \times 21$  didapatkan jumlah 105 responden.

## **F. Objek dan Subjek Penelitian**

### **a. Objek penelitian**

Objek penelitian sebagai variabel bebas adalah kualitas produk, kepercayaan merek, dan harga. Sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian.

#### b. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen produk susu Kambing Peranakan Etawa bubuk merek Zuzuka Yogyakarta berusia minimal 17 tahun dan telah melakukan pembelian minimal dua kali untuk dikonsumsi sendiri dalam kurun waktu satu tahun terakhir.

### G. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini yaitu melalui kuesioner. Menurut Sugiyono (2019) kuesioner disebut sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini telah disiapkan alternatif jawaban dengan menggunakan skala pengukuran Likert. Skala Likert terdiri dari 5 alternatif jawaban yang mengandung variasi nilai yang bersifat interval yaitu angka-angka yang diberikan mengandung arti tingkatan, yaitu :

- |                                       |           |
|---------------------------------------|-----------|
| 1) Kategori SS (Sangat Setuju)        | : Nilai 5 |
| 2) Kategori S (Setuju)                | : Nilai 4 |
| 3) Kategori N (Netral)                | : Nilai 3 |
| 4) Kategori TS (Tidak Setuju)         | : Nilai 2 |
| 5) Kategori STS (Sangat Tidak Setuju) | : Nilai 1 |

### H. Metode Analisis Data

#### 1. Uji Instrumen

Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019), uji validitas adalah tingkat kesesuaian antara data yang diperoleh dari penelitian dengan kondisi nyata di lapangan. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis *bivariate correlation Pearson* yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain secara linear. Penguji validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkolerasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Pengujian ini menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,50. Kriteria pengujian sebagai berikut:

- a) Jika  $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$  maka item-item pertanyaan dinyatakan valid.
- b) Jika  $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$  maka item-item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019), menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan terhadap pernyataan dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid. Menurut Ghozali (2018) reliabilitas

adalah alat untuk mengetahui data reliabel atau tidak. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika responden menjawab pernyataan secara konsisten dari waktu ke waktu. Suatu variabel dinyatakan reliabilitas jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ .

## 2. Uji Asumsi Dasar

### Normalitas

Menurut Ghozali (2021), uji normalitas bertujuan untuk mengetahui variabel dalam model regresi memiliki distribusi secara normal. Uji ini biasa dilakukan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Dalam uji normalitas ini akan menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Jika nilai signifikan (Sig)  $> 0,05$  maka data dinyatakan berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikan (Sig)  $< 0,05$  maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2021), uji multikolenearitas bertujuan untuk mengetahui keterkaitan pada model regresi antar variabel bebas. Korelasi antara variabel bebas ini menggunakan *variance inflation factor* (VIF) dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika nilai *torelance*  $> 0,10$  atau  $VIF < 10$ , maka tidak terdapat multikolienaritas atau persoalan dengan variabel bebas lainnya.
- b) Jika nilai *torelance*  $< 0,10$  atau  $VIF > 10$ , maka terdapat gejala multikolienaritas atau persoalan dengan variabel bebas lainnya.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021), uji heteroskedastisitas bertujuan mengetahui ketidaksamaan varian antara variabel satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Model yang baik apabila data heteroskedastisitas memiliki nilai probabilitas  $> 5\%$ .

4. Uji *Goodness of Fit* (Uji F)

Menurut Ghozali (2018) uji *goodness of fit* untuk menguji hipotesis nol bahwa data empiris sesuai dengan model tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga dapat dikatakan fit. Uji F dapat dilihat dari nilai signifikansinya dari tabel *annova* dengan program SPSS versi 25. Adapun kriteria dalam pengujian ini yaitu jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka model regresi layak digunakan pada penelitian. Sebaliknya, jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka menunjukkan bahwa model regresi tidak layak digunakan pada penelitian.

5. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2019) analisis linear berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Menurut Duli (2019), analisis linear berganda bertujuan untuk mencari hubungan dari dua variabel atau lebih di mana variabel yang satu tergantung pada variabel yang lainnya. Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel bebas (independen) yaitu kualitas produk, kepercayaan merek, dan harga terhadap variabel terikat (dependen) yaitu keputusan pembelian. Berikut adalah persamaan regresi linear berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan pembelian

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  : Koefisien regresi masing-masing variabel bebas

$X_1$  : Kualitas produk

$X_2$  : Kepercayaan merek

$X_3$  : Harga

e : *Standard error* atau variabel gangguan

#### a. Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali (2021), uji t digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka hipotesis diterima atau variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka hipotesis ditolak atau variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

#### 6. Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Menurut Ghozali (2021), koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) digunakan untuk menilai besar kemampuan variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika nilai mendekati 1 maka pengaruh antar variabel semakin kuat.
- b) Jika bernilai negatif maka pengaruh antar variabel semakin lemah.