

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Definisi Konsep

1. Kualitas Produk

Menurut Kotler, (2018) Kualitas produk merujuk pada sejauh mana produk dapat menjalankan fungsinya, yang mencakup daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, serta perbaikan produk dan atribut lainnya. Faktor ini menjadi salah satu pertimbangan utama dalam keputusan pembelian, karena produk berkualitas tinggi dapat membangun, mempertahankan, dan meningkatkan loyalitas konsumen.

2. Citra Merek

Menurut Kotler, P., & Amstrong (2018) Citra merek merujuk pada sekumpulan persepsi yang dimiliki konsumen mengenai suatu merek. Konsumen yang memiliki pandangan positif terhadap suatu merek cenderung lebih besar kemungkinannya untuk melakukan pembelian.

3. Harga

Menurut Kotler, P., & Amstrong (2018) Harga merujuk pada jumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau layanan, atau jumlah nilai yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan atau penggunaan barang atau layanan tersebut.

4. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler, P., & Amstrong (2018) Keputusan pembelian merupakan suatu proses yang diambil untuk menentukan barang dan jasa yang dibutuhkan serta mengidentifikasi, menilai, dan memilih di antara berbagai alternatif merek. Proses ini terjadi ketika seseorang dihadapkan pada beberapa pilihan yang dapat memenuhi kebutuhannya.

B. Definisi Operasional

1. Variabel indeviden

Variabel indeviden didefinisikan sebagai variabel yang memberikan pengaruh atau sebagai penyebab perubahan pada variabel dependen Sugiyono 2018 Variabel indeviden yang digunakan dalam penelitian ini ialah Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), Harga (X3).

a. Kualitas Produk (X1)

Menurut (Asman Nasir, 2021) Indikator kualitas produk adalah:

- 1) Produk dalam berapa lama penggunaan yang dapat kita manfaatkan untuk perbaikan produk yang berhubungan dengan performa, yaitu suatu hal yang berkaitan dengan kualitas barang yang dapat mencerminkan keadaan sebenarnya atau apakah layanan yang diberikan sudah.
- 2) Range and type of feature, yaitu suatu kondisi yang berkaitan dengan fungsi yang terdapat dalam produk atau layanan, sering

kali terkait dengan pelanggan yang melakukan pembelian produk yang memiliki keistimewaan atau kemampuan tertentu yang akan dimiliki oleh produk dan layanan tersebut.

- 3) Realibility atau durability merupakan adanya yang berkaitan dengan kehandalan yang diperlukan.
- 4) Sensoric characteristic, menjelaskan penampilan, corak, daya tarik, dan variasi pada suatu produk, serta beberapa faktor yang dapat menjadi kualitas penting dalam aspek tersebut.
- 5) Ethical Profil and image, yang dapat berkaitan dengan adanya elemen terbesar dari kesan seorang pembeli terhadap suatu produk dan pelayanan perusahaan.

b. baik atau belum.Citra Merek (X2)

Menurut Kotler, P., & Amstrong (2018) Indikator citra merek adalah:

- 1) Keunggulan asosiasi merek
- 2) Kekuatan asosiasi merek
- 3) Keunikan asosiasi merek

c. Harga (X3)

Menurut Kotler, P., & Amstrong (2018) Indikator harga dalah:

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga
- 3) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat

C. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2018) Variabel dependen adalah variabel yang menjadi fokus utama dalam suatu pengamatan dan merupakan variabel yang terpengaruh atau merupakan hasil dari pengaruh variabel bebas atau independen.

1. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler, P., & Amstrong (2018) Indikator keputusan pembelian adalah:

- a. Keputusan tentang jenis produk
- b. Keputusan tentang bentuk produk
- c. Keputusan tentang merek
- d. Keputusan tentang penjualan
- e. Keputusan tentang penjualan produk
- f. Keputusan tentang waktu pembelian
- g. Kepuasan terhadap konsumen

D. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei. Metode survei adalah jenis penelitian yang dilaksanakan pada populasi, baik yang berskala besar maupun kecil, dengan tujuan untuk menganalisis data yang dikumpulkan dari populasi tersebut.

E. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden.

F. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018) Populasi mengacu pada kelompok yang dijadikan dasar untuk generalisasi, yang terdiri dari objek atau subjek dengan jumlah atau ciri-ciri tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan ditarik kesimpulan. Dalam studi ini, populasi yang menjadi fokus penelitian adalah penduduk yang tinggal di Kota Pontianak.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018) Sampel merupakan bagian dari total populasi yang memiliki ciri-ciri tertentu. Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling, dengan metode *purposive sampling* dalam pemilihan sampel, yaitu proses penentuan sampel yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Kriteria sampel dalam penelitian ini mencakup masyarakat yang tinggal di Kota Pontianak, berusia 17 tahun keatas, memiliki pengetahuan mengenai produk Kopi Lokale, dan belum pernah membeli atau mencicipi produk tersebut.

Dalam penelitian ini teknik penentuan jumlah sampel yang digunakan menurut Hair, et al. (2019) analisis tidak dapat dilakukan jika

jumlah sampel kurang dari 50 orang, sehingga diperlukan setidaknya 100 orang atau lebih untuk membentuk sampel yang memadai. Pada penelitian ini terdapat 15 indikator. Penelitian ini mengambil batas maksimal yaitu $15 \times 9 = 135$ responden. Oleh sebab itu, sampel dalam penelitian ini berjumlah 145 orang.

G. Objek dan Subjek Penelitian

Penelitian ini mengkaji variabel kualitas produk, citra merek, harga, dan keputusan pembelian sebagai objek penelitian, dengan subjek yang terdiri dari masyarakat Kota Pontianak yang sudah pernah membeli atau mencoba produk Kopi Lokale.

H. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2018) Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Jenis pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner bisa berupa pilihan ganda (tertutup) atau bebas (terbuka), dan bisa diserahkan langsung kepada responden atau dikirim melalui media internet.

Menurut Sugiyono (2018) Skala Likert digunakan untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Kuesioner ini menyertakan beberapa pilihan jawaban dengan skala pengukuran Likert yang terdiri dari lima kategori berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi bobot 1
2. Tidak Setuju (TS) diberi bobot 2
3. Netral (N) diberi bobot 3
4. Setuju (S) diberi bobot 4
5. Sangat Setuju (SS) diberi bobot 5

I. Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen
 - a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2021) Uji validitas bertujuan untuk menilai apakah sebuah kuesioner memiliki tingkat kevalidan yang sesuai. Suatu instrumen dikatakan valid apabila pertanyaan-pertanyaannya dapat menggambarkan secara akurat aspek-aspek yang ingin diukur. Pengujian ini dilakukan menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi 0,05, yang menunjukkan bahwa sebuah item dianggap valid jika terdapat korelasi signifikan dengan skor totalnya. Adapun kriteria pengujian yang diterapkan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka instrumen atau *item-item* pertanyaan dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{\text{hitung}} \leq r_{\text{tabel}}$ maka instrumen atau *item-item* pertanyaan dinyatakan tidak valid.

2. Uji reliabilitas

Menurut Ghozali (2021) Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai kuesioner yang berfungsi sebagai indikator dari variabel atau konstruk tertentu. Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur menggunakan uji statistik Cronbach Alpha (α). Sebuah konstruk atau variabel dianggap reliabel apabila memperoleh nilai Cronbach Alpha $> 0,70$.

3. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021) Uji normalitas dilakukan untuk memeriksa apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Proses ini dilakukan dengan menggunakan analisis statistik. Uji ini didasarkan pada *Kolmogorov Smirnov Test* terhadap model yang diuji, dengan kriteria jika nilai signifikan (Sig.) $> 0,05$ maka data penelitian berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2021) Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat hubungan korelasi antara variabel bebas dalam model regresi. Proses ini dilakukan dengan memeriksa nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Biasanya, batas nilai yang digunakan untuk mengindikasikan adanya

multikolinieritas adalah jika nilai *tolerance* ≤ 0.10 atau sama dengan nilai *VIF* ≥ 10 dapat dikatakan dalam data tersebut multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021) Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat perbedaan variansi residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Salah satu metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi adalah dengan menerapkan uji korelasi peringkat Spearman (Spearman's rank correlation test). Uji koefisien korelasi *Rank Spearman* yakni mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan seluruh variabel bebas. Kriteria dalam pengujian ini yaitu:

- 1) Jika nilai signifikansi atau Sig. (2-tailed) melebihi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikan atau Sig. (2-tailed) lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi masalah heteroskedastisitas.

5. Metode Analisis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda menurut Ghozali (2021) Diperuntukkan untuk mengidentifikasi arah serta sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Pada penelitian ini, persamaan regresi disusun sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = keputusan pembelian

α = Konstanta

β (1,2,3) = Koefisien regresi

X1 = kualitas produk

X2 = citra merek

X3 = harga

e = error

b. Uji F (*Goodness of Fit*)

Menurut Ghazali (2021) Ketepatan fungsi regresi sampel dalam memperkirakan nilai aktual dapat dinilai melalui Goodness of Fit. Model Goodness of Fit dapat dinilai menggunakan statistik F dengan tingkat signifikansi 0,05. Kriteria pengujian ini menyatakan bahwa jika nilai signifikansi (sig.) < 0,05, maka model regresi dianggap sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini.

c. Uji t (Uji Hipotesis)

Uji statistik t digunakan untuk menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara individual terhadap variabel dependen (Ghozali (2021)). Uji t dilakukan dengan menetapkan nilai signifikansi sebesar 0.05 atau $\alpha = 5\%$, Kriteria pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan ketentuan jika nilai signifikansinya < 0,05, maka variabel independen berpengaruh

terhadap variabel dependen, sedangkan jika nilai signifikansinya $\geq 0,05$, maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya digunakan untuk mengukur sejauh mana model regresi mampu menjelaskan perubahan dalam variabel dependen. Dalam penelitian ini, nilai *Adjusted R^2* diterapkan untuk mencegah adanya bias dalam penilaian kemampuan model dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen.

Menurut Ghozali (2021) Koefisien determinasi R^2 yang rendah menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memiliki kemampuan yang terbatas dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati 1, hal ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel independen hampir sepenuhnya memberikan kontribusi informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen.