

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dipakai dalam penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam buku Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Jaya (2023, h.6-7), penelitian kuantitatif merupakan bentuk penelitian yang memperoleh hasil baru melalui pemanfaatan statistik atau dapat dijelaskan bahwa penelitian kuantitatif dilakukan dengan menggunakan kuantifikasi. Pada dasarnya, penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif menitik beratkan pada beberapa gejala yang mempunyai karakter tertentu dalam kehidupan manusia, yakni variabel. Hakikatnya, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian kuantitatif akan diolah menggunakan alat uji statistik dan menggunakan teori yang bersifat objektif.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan tujuan, di antaranya untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, mengukur satu variabel, serta menghubungkan, mempengaruhi dan membedakan variabel satu dengan variabel lainnya. Dalam penelitian ini pula, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk Motivasi, promosi, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.

3.2 Objek Penelitian dan Subjek Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Menurut Jaya (2023, h.25) Objek Penelitian merupakan inti permasalahan yang akan diteliti untuk mendapatkan data yang lebih terstruktur. Dalam penelitian ini, yang menjadi objek adalah Kualitas Produl, Motivasi, Promosi, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.

3.2.2 Subjek Penelitian

Menurut Jaya (2023, h.25) Subjek Penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang dipelajari dalam rangka sebagai sasaran penelitian. Dalam penelitian ini, yang menjadi subjek adalah Kopi Janji Jiwa Palembang

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Jaya (2023, h.73) Populasi adalah jumlah kesatuan dari seluruh individu yang dapat berupa kumpulan orang, institusi, serta benda yang ciri khas nya akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang pernah melakukan transaksi pembelian minimal 1 kali di Kopi Janji Jiwa Palembang.

3.3.2 Sampel

Menurut Jaya (2023, h.74) Sampel merupakan bagian yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi. Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling*.

Menurut Jaya (2023, h.79) *Non-Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel penelitian.

Metode sampel penelitian yang digunakan adalah *purposive sampling* atau cara pemilihan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen Kopi Janji Jiwa Palembang. *Purposive sampling* merupakan cara pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini contohnya, orang tersebut yang dianggap paling paham tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti meneliti objek (Sugiyono, 2019, h.218-219).

Beberapa ketentuan dalam menentukan ukuran sampel menurut Slovin (Martono dan Isnania, 2023 h.164) menentukan pendekatan tentang jumlah sampel kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Nilai toleransi dinyatakan dalam presentase 5% sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan (5%)

Berdasarkan pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin yang jumlah populasi akan diteliti dengan jumlah sebanyak pengunjung. Maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin orang yang datang membeli Kopi Janji Jiwa sebanyak 139.386 orang dalam kurun waktu satu tahun pada 2023. Tingkat kesalahan pengambilan sampel sebesar 5% maka jumlah sampel minimal adalah:

$$n = \frac{139.386}{1 + 139.386 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{139.386}{349,465}$$

$$n = 398,85 (399)$$

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ada di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 399 sampel.

3.4 Jenis Data

3.4.1 Data Primer

Menurut Jaya (2023, h. 84-85) data primer merupakan data yang didapatkan dari responden melalui kuesioner, ataupun hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Dalam penelitian ini sumber data primer yang akan digunakan adalah hasil dari wawancara dan jawaban dari kuesioner yang telah disebar kepada konsumen yang membeli produk Janji Jiwa Palembang.

3.4.2 Data Sekunder

Menurut Jaya (2023, h. 85) data sekunder adalah data yang didapatkan dari catatan, buku, dan majalah. Data sekunder yang digunakan sebagai data pendukung dalam penelitian ini diperoleh dari artikel, buku serta jurnal-jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Jaya (2023, h.88) teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan peneliti guna mendapat informasi kuantitatif dari responden sesuai dengan lingkup penelitian. Cara mengumpulkan data menurut Jaya (2023, h.88) adalah sebagai berikut:

3.5.1 Interview (Wawancara)

Wawancara merupakan teknik yang digunakan secara lisan. Hal ini harus dilakukan secara sistematis agar mendapatkan data yang valid dan mendalam. Dalam melakukan wawancara, peneliti harus

mempertimbangkan situasi dan kondisi sehingga dapat menentukan waktu yang tepat dan lokasi untuk melakukan wawancara.

3.5.2 Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diisi. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang efisien, jika peneliti memahami tentang variabel yang akan diteliti dan yang bisa diharapkan dari para responden.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan kuesioner yang diberikan kepada konsumen Janji Jiwa Palembang. Dengan kuesioner juga diharapkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk, Motivasi, Promosi, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Palembang.

Menurut Jaya (2023, h.68) Skala interval merupakan pertanyaan yang menampilkan tingkat kesetujuan dan ketidaksetujuan responden. Skala interval digunakan untuk mengukur sikap dengan menyatakan sangat setuju hingga sangat tidak setuju terhadap objek dan subjek penelitian.

Tabel 3.1 Skala Interval

Skala Likert	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2

Sangat Tidak Setuju	1
---------------------	---

Sumber : (Jaya, 2023)

3.6 Definisi Operasional

Menurut Jaya (2023, h.65) Definisi operasional adalah variabel penelitian yang ditujukan guna mengerti maksud dari variabel penelitian sebelum diteliti, menentukan instrumen, serta mengetahui sumber perhitungan. Definisi operasional merupakan penjelasan definisi dari variabel yang telah ditentukan untuk diteliti.

Tabel 3.2 Definisi Operasional & Indikator

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala
1.	(Variabel Dependen Y): Keputusan Pembelian	Schiffman dan Kanuk (Indrasari, 2019, h.70) menjelaskan bahwa keputusan pembelian konsumen merupakan proses pemilihan dua alternatif atau lebih, dengan artian lain alternatif harus dimiliki seseorang dalam memutuskan sesuatu.	1. Tujuan dalam membeli sebuah produk. 2. Pengolahan informasi untuk sampai ke pemilihan merek. 3. Kemantapan pada sebuah produk. 4. Merekomendasikan kepada orang lain. 5. Membeli ulang.	Likert
2.	(Variabel Independen X ₁): Kualitas Produk	Wardhana (2024, h.78) menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk	1. Kinerja 2. Keistimewaan tambahan 3. Kehandalan 4. Kesesuaian dengan spesifikasi 5. Daya tahan 6. Estetika	Likert

		melakukan pembelian.		
3.	(Variabel Independen X ₂): Motivasi	Firmansyah (2019, h.215) menjelaskan bahwa motivasi adalah suatu dorongan yang ada dalam diri manusia untuk mencapai tujuan tertentu.	1. Keinginan dari dalam diri berupa kebutuhan untuk mendapatkan suatu produk. 2. Keinginan dari dalam diri berupa kebutuhan akan penggunaan produk setiap waktu. 3. Keinginan dari dalam diri berupa keinginan untuk menunjang penampilan. 4. Keinginan dari dalam diri terkait trend terkini yang sedang hangat-hangatnya terjadi di lingkungan sekitar. 5. Keinginan dari dalam diri akan kegemaran akan produk.	Likert
4.	(Variabel Independen X ₃): Promosi	Stanton (Rifa'i, 2019, h.12) menyatakan bahwa promosi dalam kacamata pemasaran (marketing) adalah kegiatan memberikan informasi kepada konsumen, memengaruhi, dan menghimbau khalayak ramai.	1. Periklanan (advertising) 2. Penjualan tatap muka (personal selling) 3. Promosi penjualan (sales promotion) 4. Penjualan langsung (direct marketing)	Likert
5.	(Variabel Independen X ₄): Gaya Hidup	Wardhana (2024, h.12) menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan polanya hidup seseorang yang	1. Aktivitas 2. Minat (interest) 3. Pendapat	Likert

		tercermin dalam aktivitas, minat, dan pandangan yang juga memainkan peran penting dalam keputusan konsumsinya.		
--	--	--	--	--

Sumber: Penulis (2024)

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Jaya (2023, h.92) Analisis data merupakan usaha yang dilakukan setelah data terkumpul, kemudian diolah menggunakan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Teknik analisis data juga dapat diartikan sebagai upaya untuk melakukan analisis data dengan tujuan untuk memproses data tersebut guna menjawab rumusan masalah. Pengelolaan data yang didapatkan dalam metode penelitian kuantitatif ini menggunakan statistic dan proses perhitungannya dibantu menggunakan SPSS (*Statistical Program For Society Science*). Analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

3.7.1 Uji Validitas

Uji Validitas merupakan uji statistik yang dilakukan untuk menentukan seberapa valid data dari pertanyaan yang mengukur variabel yang diteliti (Basuki & Prawoto, 2022, h.77). Dalam pengujian ini, setiap data akan diuji hubungannya dengan skor total variabel yang dimaksud. Seluruh data akan dikatakan valid jika memiliki skor lebih besar dari 0,25.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji statistik yang dilakukan untuk menentukan seberapa reliabilitas sekumpulan data pertanyaan dalam kegunaanya mengukur sebuah variabel. Uji Reliabilitas dilakukan dengan uji *Alpha Cronbach*. Suatu variabel dapat dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach alpha >0,60 (Sugiyono, 2019, h.130). Pengujian reliabilitas instrument dengan menggunakan rumus Alpa Cronbach karena instrument penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Suatu variabel akan semakin reliable bila koefisien alphanya mendekati angka 1.

$$\alpha_u = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Keterangan:

r = Koefisien reliabilitas

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Total varians

Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas

Koefisien Reliabilitas	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
> 0,20 – 0,40	Agak Reliabel
> 0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
> 0,60 – 0,80	Reliabel
> 0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

3.7.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mencari tahu pengaruh berbagai macam variabel independen terhadap variabel dependen yang bertujuan untuk mengukur intensitas hubungan dua variabel atau lebih (Basuki & Prawoto, 2022, h.87).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y	: Kepuasan Pelanggan
a	: Nilai Kostanta
b ₁ b ₂ b ₃	: Koefesien Regresi
X ₁	: Kualitas Produk
X ₂	: Motivasi
X ₃	: Promosi
X ₄	: Gaya Hidup
e	: Error

3.7.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah cara menganalisa yang dapat dilakukan tergantung pada informasi yang ada (Basuki & Prawoto, 2022, h.104). Sebagai contoh, analisis yang dilakukan terhadap semua uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang sering dilakukan yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji multikoloneritas.

3.7.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk melakukan percobaan apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Basuki dan Prawoto, 2022, h.57). Uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, uji statistik menjadi tidak valid untuk sampel kecil. Dalam penelitian ini, untuk mencari tahu apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan melakukan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (Uji K-S). Uji K-S dilakukan dengan melihat nilai probabilitas signifikansi. Sig (2-tailed).

Jika nilai probabilitas signifikansi lebih dari $\alpha = 0,05$, maka data terdistribusi secara normal. Apabila nilai probabilitas signifikansi kurang dari nilai $\alpha = 0,05$, maka data tidak terdistribusi secara normal. Jika data tidak terdistribusi secara normal, maka perlu dilakukan transformasi logaritma (Ln) terhadap model regresi, sehingga data dapat terdistribusi secara normal.

3.7.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah terdapat perbedaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Basuki & Prawoto, 2022, h.104).

Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat persamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Model yang baik diperoleh jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. Uji statistik yang dapat digunakan adalah uji Gleser.

Menurut Jaya (2023, h.212) metode uji gleser sebagai berikut :

- a. Jika signifikan $> 0,05$ maka tidak terjadi Heteroskedastisitas,
- b. Jika Signifikan $< 0,05$ maka terjadi Heteroskedastisitas

3.7.4.3 Uji Multikoloneritas

Uji multikolineritas memiliki tujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya hubungan antar variabel independent (Basuki & Prawoto, 2022, h.124). Model regresi yang baik seharusnya tidak adanya hubungan di antara variabel *independent*. Pengujian yang dilakukan untuk mencari tahu ada tidaknya multikolineritas yaitu dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel *independent*, dapat juga dengan melihat nilai *tolerance* serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0.10 atau sama dengan nilai VIF di atas 10.

3.7.5 Uji Hipotesis

3.7.5.1 Uji Statistik t (Uji t)

Menurut Jaya (2023, h.100-101) Uji t adalah uji yang dilakukan guna mencari tahu korelasi variabel *independent* terhadap variabel *dependent* secara parsial. Taraf signifikansi adalah 5%.

Kriteria :

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a ditolak. Atau : Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak. Jika $P > 0,05$, maka H_0 diterima.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 400 responden dimana $n = 400$, dan mempunyai 5 variabel, $k = 5$. Untuk menghitung t_{tabel} , digunakan rumus $df = n - k - 1 = 400 - 5 - 1 = 396$.

Berdasarkan tabel distribusi t, dengan derajat kebebasan (df) = 395 pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05, diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,649.

3.7.5.2 Uji Statistik F (Uji F)

Menurut Jaya (2023, h.100) Uji F diperuntukkan guna mengetahui kelayakan suatu data. Cara dalam mengambil keputusan dalam uji F yaitu :

H_0 : tidak memenuhi kelayakan

H_a : memenuhi kelayakan

Kriteria :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Atau : Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 400 responden dimana $n = 400$ dan mempunyai 5 variabel, $k = 5$. Untuk menghitung F_{tabel} , digunakan rumus $df = n - k = 400 - 5 = 395$. Berdasarkan tabel distribusi F, dengan $df = 395$, diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,39.

3.7.5.3 Uji Koefisien Determinan (R^2)

Menurut Jaya (2023, h.101) Koefisien determinasi diperuntukkan guna menghitung seberapa jauh kemampuan variabel-variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Apabila koefisien determinasi sama dengan nol, variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika besarnya koefisien determinasi mendekati angka 1, maka variabel bebas berpengaruh sempurna terhadap variabel terikat. Dengan menggunakan model ini, meminimalisir kesalahan pengganggu sehingga mendekati nilai 1. Dengan demikian, perkiraan regresi akan lebih mendekati keadaan yang sebenarnya.