

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metodologi explanatory research untuk menilai pengaruh produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Pangsit Goreng Mala Harapan Indah. Pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini digunakan. Creswell (2008) mengatakan “peneliti menentukan apa yang akan diperiksa, mengajukan pertanyaan yang tepat dan sempit, mengumpulkan data terukur dari peserta, menganalisis angka-angka ini menggunakan statistik, dan melakukan penyelidikan secara objektif dan tidak bias dalam penelitian kuantitatif.” Penelitian kuantitatif memerlukan pemeriksaan subset dari populasi dan terutama bergantung pada data numerik dan analisis statistik. Mayoritas penelitian kuantitatif dilakukan oleh epistemolog positivis. Dalam hal perilaku yang dapat diamati, mereka mengidentifikasi subjek yang menarik. *Statistical Program for Social Science (SPSS)* digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini. Konsumen yang pernah mencoba Pangsit Goreng Mala Harapan Indah menjadi subjek penelitian ini. Dimensi dari waktu penelitian ini adalah cross sectional dengan pola penyebaran kuesioner online.

#### **3.2 Variabel Penelitian**

Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner Menurut Sugiyono (2014), sesuai prinsipnya kegiatan meneliti merupakan aktivitas penskalaan fenomena-fenomena yang dapat berhubungan dengan sosial maupun alam. Penelitian ini akan meneliti instrumen dalam 4P (Harga, Produk, Promosi, Lokasi)

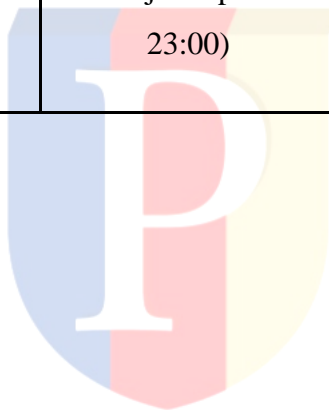
**Tabel 3.1 Variabel Penelitian**

Variabel	Indikator	Item	Skala
Produk  (Kotler dan Amstrong, 2015)	Kualitas Produk	1. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki kualitas makanan yang baik  2. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki rasa yang enak	Likert
	Fitur Produk	3. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI menyediakan makanan akulturasi yang unik  4. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki packaging yang aman	
	Gaya dan Desain Produk	5. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki packaging yang menarik  6. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki tampilan makanan yang menarik	
Harga	Keterjangkauan Harga	7. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki harga yang terjangkau	Likert

(Kotler dan Amstrong, 2016)	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	<p>8. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki kesesuaian harga dengan kualitas makanan</p> <p>9. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki kesesuaian harga dengan rasa yang ditawarkan</p>	
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	10. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki kesesuaian harga dengan manfaat (mengenyangkan)	
	Harga Sesuai Kemampuan atau Daya Saing Harga	11. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki harga yang bersaing	
Promosi (Wijaya, 2013)	Media Promosi	12. Pangsit Goreng Mala HI melakukan pemasaran melalui Instagram, Shopee food, GoFood dan Grab Food	Likert
	Kreativitas Promosi	<p>13. Pangsit Goreng Mala HI memiliki media sosial yang menarik</p> <p>14. Pangsit Goreng Mala HI melakukan promosi seperti harga coret, diskon, voucher promo dan gratis ongkir</p>	

	Diferensiasi Promosi	15. Pangsit Goreng Mala HI memiliki promosi yang berbeda	
	Kualitas Tenaga Pemasar	16. Informasi yang diberikan Pangsit Goreng Mala HI mengenai produk sudah jelas dan menarik	
Lokasi  (Kotler, 2012)	Sistem Transportasi	17. Pangsit Goreng Mala HI mudah untuk dijangkau melalui aplikasi makanan online  18. Pangsit Goreng Mala HI mudah untuk dibeli  19. Pangsit Goreng Mala HI mudah untuk ditemui	Likert
	Ketersediaan Produk	20. Pangsit Goreng Mala HI memiliki produk yang selalu tersedia di aplikasi	
	Waktu Penantian	21. Pangsit Goreng Mala HI memiliki waktu persiapan makanan yang cepat	
Keputusan Pembelian  (Kotler dan Keller, 2016)	Pilihan Produk	22. Saya memutuskan membeli Pangsit Goreng Mala HI karena menyukai produk yang ditawarkan	Likert
	Pilihan Merek	23. Saya memutuskan membeli Pangsit Goreng Mala HI karena kepercayaan terhadap merek	

Pilihan Tempat dan Penyalur	24. Saya memutuskan membeli Pangsit Goreng Mala HI karena tersedia di berbagai aplikasi makanan online	
Jumlah Pembelian	25. Saya memutuskan membeli produk di Pangsit Goreng Mala HI karena memiliki review dan rating yang bagus	
Waktu Pembelian	26. Saya memutuskan membeli Pangsit Goreng Mala HI karena jam operasional lama (08:00 - 23:00)	



### 3.3 Populasi dan Sample

Populasi adalah area umum item yang memiliki atribut dan karakteristik khusus yang telah dipilih peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Demografi penelitian ini terdiri dari orang-orang yang telah membeli Pangsit Goreng Mala Harapan Indah. Karena ukuran populasi tidak diketahui, rumus *Lemeshow* akan digunakan untuk menghitung ukuran sampel.

Sampel adalah bagian dari populasi dalam hal ukuran dan fitur, dan dimaksudkan untuk mencerminkan populasi yang lengkap dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2017). Teknik pengambilannya sampelnya adalah convenience sampling. Partisipan akan ditanyakan ketersediaannya untuk mengisi dahulu.

$$\begin{aligned}n &= \frac{z^2 p(1-p)}{d^2} \\n &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2} \\n &= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} \\n &= \frac{0,9604}{0,01} \\n &= 96,04 = 100\end{aligned}$$

Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Dalam *purposive sampling*, peneliti mengambil sampel dengan karakteristik responden Pria atau Wanita dengan rentan usia 13-65 tahun dan sudah pernah membeli Pangsit Goreng Mala Harapan Indah. penentuan jumlah sampel penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow* (1997). Berikut formula *Lemeshow*:

$$x = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

$n$  = jumlah sample

$z$  = skor  $z$  pada tingkat kepercayaan 95% yang adalah 1,96

$p$  = faktor kasus yang adalah 0,5

$d$  = sampling error yang adalah 10%

dengan perhitungan rumus *Lemeshow* sebagai berikut :

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian. Pengumpulan data primer dilakukan dengan mengirimkan kuesioner dengan skala Likert kepada responden. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi literatur. Sugiyono (2013) mengatakan “Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Sedangkan dengan data sekunder diperoleh dari studi literatur.

Sugiyono (2013) mengatakan “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawabnya”. Konsumen Pangsit Goreng Mala Harapan Indah akan menjadi sampel untuk penyebaran kuesioner yang akan dilakukan. Kuesioner disebar secara daring menggunakan google form.

Data yang dibutuhkan dalam pengisian kuesioner adalah Identitas dari responden seperti jenis kelamin, umur, penghasilan bulanan dan seberapa sering membeli; serta Data mengenai variable- variabel bauran pemasaran yang dirasakan para responden terhadap keputusan pembelian menggunakan skala likert.

Data sekunder dikumpulkan dengan meneliti literatur yang ada seperti sumber perpustakaan, literatur, penelitian sebelumnya, buku, dan sebagainya. Creswell, John. W. (2014) menguraikan “Kajian literatur adalah ringkasan tertulis mengenai artikel dari jurnal, buku, dan dokumen lain yang mendeskripsikan teori

serta informasi baik masa lalu maupun saat ini mengorganisasikan pustaka ke dalam topik dan dokumen yang dibutuhkan”

### **3.5 Lokasi dan Waktu**

Penelitian ini akan dilaksanakan secara online. Kuesioner akan di sebarakan secara online melalui instagram menggunakan google form. Waktu penelitian akan dilakukan mulai Februari 2022 hingga Juni 2022.

### **3.6 Metode Analisis Data**

Pada penelitian kuantitatif ini akan melakukan pengolahan data yang akan dipotret. Data yang dibutuhkan akan digabungkan dan diolah menggunakan program SPSS (Statistical Program for Social Science)

#### **3.6.1 Skala dan Angka Penafsiran**

Kuesioner yang disebar pada penelitian ini akan menggunakan skala Likert dimana dalam skala likert ini terdapat lima pilihan mulai dari tidak setuju yang memiliki nilai 1 hingga sangat setuju yang bernilai 5. Sugiyono (2014) menjelaskan bahwa skala Likert digunakan untuk menilai sikap atau pendapat seseorang atau kelompok terhadap suatu kejadian sosial, dengan tanggapan terhadap setiap item instrumen mulai dari yang paling positif hingga yang paling negatif. Skala likert yang dipakai dalam penelitian ini sebagai berikut:



**Tabel 3.2 Skala Likert**

<b>Nilai</b>	<b>Pernyataan Kuesioner</b>
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Netral (N)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Interval dari tiap skala memiliki nilai 1. Persebaran interval mulai dari 1 sampai 5 menghasilkan penafsiran yang dapat digunakan sebagai penilaian dari angka yang di pakai. Perhitungan angka penafsiran memiliki formula sebagai berikut:

$$\text{Interval Angka Penafsiran} = \frac{x_n - x_1}{k}$$

Keterangan :

$x_n$  = Angka terbesar

$x_1$  = Angka Terkecil

$k$  = Jumlah Kelas

Sumber : Sugiyono (2014)

Diketahui  $x_n = 5$

Diketahui  $x_1 = 1$

Diketahui  $k = 5$

$$\text{Interval Angka Penafsiran} = \frac{5-1}{5}$$

$$\text{Interval Angka Penafsiran} = 0.8$$

**Tabel 3.3 Interval Angka Penafsiran**

<b>Interval Angka Penafsiran</b>	<b>Kategori</b>
1.00 - 1.80	Sangat Tidak Setuju
1.81 - 2.60	Tidak Setuju
2.61 - 3.40	Ragu-Ragu/ Netral
3.41 - 4.20	Setuju
4.21 - 5.00	Sangat Setuju

### **3.6.2 Uji Kualitas Data**

#### **A. Uji Validitas**

Berdasarkan Arikunto (2013), validitas adalah suatu kegiatan yang menunjukkan derajat keabsahan atau legitimasi suatu alat Instrumen yang valid adalah yang dapat mengungkapkan informasi secara akurat dari komponen-komponen yang diteliti. Derajat validitas instrumen mengungkapkan seberapa jauh informasi yang dikumpulkan menyimpang dari deskripsi variabel yang direferensikan.

Sugiyono (2017) mengungkap bahwa uji legitimasi membantu menunjukkan seberapa tepat informasi yang masuk pada objek pemeriksaan dengan informasi yang diumumkan oleh ilmuwan. Dalam tinjauan ini, uji legitimasi yang terlibat adalah penyesuaian hubungan yang lengkap untuk setiap hal yang dievaluasi.

Interpretasi dari uji validitas, apabila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka dapat dikatakan item tersebut valid dan sebaliknya apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka dapat dikatakan item tersebut tidak valid. Untuk menguji lebih lanjut keabsahan masing-masing instrumen, setelah berbicara dengan para ahli, kemudian dicoba pada 30 contoh.

## **B. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan sebagai instrumen pengujian untuk mengetahui seberapa reliabel hasil pengukuran (Sekaran & Bougie, 2016). Reliabilitas digunakan untuk menilai indikasi pada setiap variabel dengan menggunakan kuesioner yang disebar. Nilai Cronbach's Alpha digunakan dalam penelitian untuk melakukan uji reliabilitas. Nilai Cronbach's Alpha kurang dari 0,60 menunjukkan bahwa hasil kuesioner kurang dan tidak dapat dipercaya. Jika Cronbach's Alpha antara 0,60 dan 0,70, hasil kuesioner sangat kredibel. Jika hasilnya 0,80, dapat dikatakan bahwa temuan kuesioner sangat dapat dipercaya. Berikut adalah rumus untuk uji reliabilitas.

### **3.6.3 Statistik Deskriptif**

Sugiyono (2017) memahami bahwa pemeriksaan faktual yang menarik adalah pengukuran yang digunakan untuk memecah informasi dengan menggambarkan atau mengkarakterisasi informasi yang diperoleh untuk semua maksud dan tujuan tanpa memperhatikan populasi yang lebih luas atau spekulasi.

“Pemeriksaan faktual yang menarik memberikan gambaran atau penjelasan informasi dilihat dari nilai tipikal (mean), selisih, terbesar, terkecil, agregat, normal, kisaran, kurtosis dan skewness” (Ghozali, 2013). Tes ekspresif dilakukan untuk memberikan gambaran atau gambaran suatu data, sehingga data tersebut dapat dilihat secara lebih luas tanpa ada masalah.

### **3.6.4 Uji Korelasi *Pearson***

Korelasi *Pearson Product Moment* atau yang di kenal korelasi *Pearson* adalah uji yang memiliki tingkat keterkenalan tertinggi di antara 9 uji korelasi lainnya. Koneksi ini diusulkan oleh Karl Pearson sekitar tahun 1900. Menurut Sugiyono (2013) koneksi *Pearson* digunakan untuk melacak koneksi dan menunjukkan spekulasi hubungan antara dua faktor (bivariat) sebagai bentang atau proporsi, dan sumber informasi setidaknya dua faktor adalah sesuatu yang sangat mirip.

Seperti yang ditunjukkan oleh Lind, Marchal, Wathen (2008), Koefisien Korelasi adalah proporsi kekuatan hubungan lurus antara dua faktor. Hubungan positif antara 2 faktor tersebut benar-benar bermaksud bahwa ada hubungan searah di antara mereka dan hubungan negatif benar-benar bermaksud bahwa ada hubungan yang berlawanan di antara keduanya. Kekuatan kedekatan tersebut harus terlihat pada koefisien esteem, apapun tandanya, yang berada pada lingkup 0 dan 1. Faktor yang akan dicoba meliputi produk, harga, promosi dan lokasi.

**Tabel 3.4 Tingkat Keeratan Korelasi**

<b>Nilai korelasi pearson</b>	<b>Tingkat keeratan</b>
0.00 - 0.199	Sangat rendah
0.20 - 0.399	Rendah
0.40 - 0.599	Sedang
0.60 - 0.799	Kuat
0.80 - 1.00	Sangat Kuat

(Sumber: Lind, Marchal dan Wathen 2008)

### **3.6.5 Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

Menurut Ghozali (2013), koefisien determinasi ( $R^2$ ) dimanfaatkan untuk menunjukkan besaran variabel independen menerangkan variabel dependen. Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ). Gozali (2013) menyampaikan bahwa “nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) berkisar antara 0 hingga 1. Apabila koefisien determinasi ( $R^2$ ) mendekati nilai 0, maka variabel independen dinyatakan tidak mampu untuk menerangkan variasi-variasi dependen. Jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) mendekati nilai 1, maka variabel independen dinyatakan mampu untuk menerangkan variasi variabel dependen”.

### 3.7 Pengujian Alat ukur

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan pada 100 orang menggunakan program SPSS, dimana untuk menentukan kevalidan  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ . Pada R tabel dengan jumlah sampel 30 nilainya ialah 0,1946. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa semua variabel sudah valid. Berikut nilai R hitung pada tabel berikut:

**Tabel 3.5 Uji Validitas**

Dimensi		Item	$r_{hitung}$
Produk (X1)	Kualitas Produk	1. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki kualitas makanan yang baik	0.776
		2. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki rasa yang enak	0.853
	Fitur Produk	3. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI menyediakan makanan akulturasi yang unik	0.801
		4. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki packaging yang aman	0.697
	Gaya dan Desain Produk	5. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki packaging yang menarik	0.732
		6. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki tampilan makanan yang menarik	0.843
Harga (X2)	Keterjangkauan Harga	7. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki harga yang terjangkau	0.764

	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	8. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki kesesuaian harga dengan kualitas makanan 9. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki kesesuaian harga dengan rasa yang ditawarkan	0.712 0.837
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	10. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki kesesuaian harga dengan manfaat (mengenyangkan)	0.740
	Harga Sesuai Kemampuan atau Daya Saing Harga	11. Menurut saya, Pangsit Goreng Mala HI memiliki harga yang bersaing	0.735
Promosi (X3)	Media Promosi	12. Pangsit Goreng Mala HI melakukan pemasaran melalui Instagram, Shopee food, GoFood dan Grab Food	0.689
	Kreativitas Promosi	13. Pangsit Goreng Mala HI memiliki media sosial yang menarik 14. Pangsit Goreng Mala HI melakukan promosi seperti harga coret, diskon, voucher promo dan gratis ongkir	0.723 0.789
	Diferensiasi Promosi	15. Pangsit Goreng Mala HI memiliki promosi yang berbeda	0.799

	Kualitas Tenaga Pemasar	16. Informasi yang diberikan Pangsit Goreng Mala HI mengenai produk sudah jelas dan menarik	0.617
Lokasi (X4)	Sistem Transportasi	17. Pangsit Goreng Mala HI mudah untuk dijangkau melalui aplikasi makanan online	0.815
		18. Pangsit Goreng Mala HI mudah untuk dibeli	0.757
		19. Pangsit Goreng Mala HI mudah untuk ditemui	0.784
	Ketersediaan Produk	20. Pangsit Goreng Mala HI memiliki produk yang selalu tersedia di aplikasi	0.776
	Waktu Penantian	21. Pangsit Goreng Mala HI memiliki waktu persiapan makanan yang cepat	0.572
Keputusan Pembelian (Y)	Pilihan Produk	22. Saya memutuskan membeli Pangsit Goreng Mala HI karena menyukai produk yang ditawarkan	0.831
	Pilihan Merek	23. Saya memutuskan membeli Pangsit Goreng Mala HI karena kepercayaan terhadap merek	0.802
	Pilihan Tempat dan Penyalur	24. Saya memutuskan membeli Pangsit Goreng Mala HI karena tersedia di berbagai aplikasi makanan online	0.815

	Jumlah Pembelian	25. Saya memutuskan membeli produk di Pangsit Goreng Mala HI karena memiliki review dan rating yang bagus	0.719
	Waktu Pembelian	26. Saya memutuskan membeli Pangsit Goreng Mala HI karena jam operasional lama (08:00 - 23:00)	0.659

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan pada pertanyaan yang sebelumnya valid. Dalam situasi ini, 26 pertanyaan dianggap sah. Perangkat lunak SPSS digunakan untuk melakukan uji reliabilitas pada 30 sampel dalam penelitian ini. Tabel di bawah ini menunjukkan bahwa semua variabel telah melewati Cronbach's alpha 0.60 dan dapat dianggap dapat dipercaya.

**Tabel 3.6 Uji Reliabilitas**

	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Kesimpulan
X1	Produk	0.872	Reliabel
X2	Harga	0.809	Reliabel
X3	Promosi	0.773	Reliabel
X4	Lokasi	0.788	Reliabel
Y	Keputusan Pembelian	0.823	Reliabel