BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menggunakan prosedur statistik untuk membuktikan hipotesis (teoretik) berdasarkan data numerik (angka) yang dikumpulkan melalui angket/kuesioner dan/atau tes.[1] Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran data, dan pemaparan dari hasilnya.

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012).[2]

2. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitiannya termasuk penelitian asosiatif/hubungan. Penelitian jenis ini bertujuan untuk mengetahui

---

[1] Aeng Muhidin, *Skripsi Sarjana Kependidikan: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*, (Jakarta: Mardika Press, 2020), hlm. 5

[2] Sandu Siyoto dan Alik Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015) hlm. 18

hubungan antara dua variabel atau lebih.[3] Jenis penelitian asosiatif atau hubungan menggunakan analisis statistik infrensial dengan menggunakan rumus korelasi dan regresi. Dengan jenis penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala.[4]

B. Populasi, Sampling, dan Sampel penelitian

1. Populasi

Menurut Ismiyanto, populasi adalah totalitas atau keseluruhan subjek penelitian baik benda, orang, ataupun suatu hal lain yang di dalamnya bisa diambil informasi penting berupa data penelitian.[5]

Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah konsumen mie warunk gacoan Tulungagung yang akan melakukan pembelian dengan memilih konsumen yang sesuai dengan batasan penelitian, agar memperoleh data yang valid. Pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga, maka untuk mementukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Lemeshow.

2. Sampling

Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik sampling insidental. Dimana sampling insidental merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan kepada siapa saja yang ditemui dan dapat digunakan sebagai sampel jika dipandang cocok sebagai sumber data.

---

[3] Ratu Ile Tokan, *Manajemen Penelitian Guru*, (Jakarta: PT Grasindo, 2016), hlm. 10
[44] Syamsunie Carsel HR, *Metodologi Penelitian Kesehatan dan Pendidikan*, (Yogyakarta: Penebar Media, 2018), hlm. 79
[5] Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), hlm. 92

3. Sampel

Sampel adalah bagian suatu subjek atau objek yang mewakili populasi. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi akan menyebabkan suatu penelitian menjadi bias, tidak dipercaya dan kesimpulannya bisa keliru karena tidak dapat mewakili populasi. (Moh. Pabundu Tika, 2006:33).[6] Sampel pada penelitian ini ditentukan dari siapa saja konsumen yang ditemui peneliti ketika akan melakukan pembelian mie warunk gacoan Tulungagung yang dirasa sesuai dijadikan sumber data. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Dalam rumus ini alpha yang digunakan sebesar 10% atau 0,10 yang berarti semakin besar angka alpha semakin kecil tingkat kepercayaannya. Berikut rumus Lemeshow yaitu:[7]

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

[6] Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Hidayatul Quran Kuningan, 2019), hlm 62

[7] Stanley Lemeshow, David W. Hosmer J, dkk, 1997, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, hlm. 2

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{z^2{}_{1-\alpha/2}P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1{,}96^2 \cdot 0{,}5(1-0{,}5)}{0{,}1^2}$$

$$n = \frac{3{,}8416 \cdot 0{,}25}{0{,}01}$$

$$n = 96{,}04 = 100$$

Sehingga jika berdasarkan rumus diatas, maka n yang didapatkan adalah 96,04 = 100 orang. Sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang.

C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan berdasarkan interaksi langsung antara pengumpul data dan sumber data. Teknik pengumpulan data primer yaitu survei dan observasi.[8] Data ini menjadi sumber data utama yang menghasilkan data dalam penelitian dan merupakan data mentah hasil dari angket responden konsumen mie warunk gacoan Tulungagung.

b. Data Sekunder

[8] Dermawan Wibisono, *Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 37

Data sekunder merupakan data pendukung setelah data primer yang telah dikumpulkan oleh pihak lain sebelumnya. Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari sumber-sumber tercetak seperti buku, laporan perusahaan, jurnal, internet, dan sebagainya.[9]

2. Variabel

Terdapat dua variabel yang ditetapkan untuk diambil kesimpulan pada penelitian ini yaitu variabel bebas *(independent variable)* yang mempengaruhi variabel terikat baik secara positif atau negatif, variabel bebas dalam penelitian ini yaitu strategi pemasaran (X_1), nilai sosial (X_2), dan lingkungan ekonomi (X_3). Sedangkan variabel terikat *(dependent variable)* yang disebabkan dan dipengaruhi variabel lainnya, variabel terikat dalam penelitian ini yaitu keputusan konsumen (Y_1).

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian ini berupa angket yang disebarkan kepada responden yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independet dengan variabel dependent. Berikut pemberian skor pada skala likert:

a. Jawaban SS (Sangat Setuju) diberi skor 5
b. Jawaban S (Setuju) diberi skor 4
c. Jawaban RR (Ragu-Ragu) diberi skor 3
d. Jawaban TS (Tidak Setuju) diberi skor 2
e. Jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) diberi skor 1

[9] *Ibid.*, hlm. 37

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1) Teknik Pengumpulan Data

Penentuan sumber data yang dilakukan dengan beberapa teknik, yang bertujuan untuk mengumpulkan data-data yang akan diteliti sebagai berikut:

a. Observasi

Teknik observasi merupakan pengamatan sistematis dan terencana yang diniati untuk perolehan data yang dikontrol validitas dan reliabilitasnya (Alwasilah, 2006:211).[10] Teknik observasi digunakan untuk mengetahui lebih dekat dengan objek yang akan diteliti dengan berkunjung secara langsung pada konsumen kedai mie warunk gacoan Tulungagung.

b. Angket (Kuesioner)

Angket atau kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan kepada responden (konsumen) untuk diisi yang selanjutnya dilakukan analisis untuk memperoleh informasi. Kuesioner bertujuan untuk memperoleh data tentang strategi pemasaran, nilai sosial, lingkungan ekonomi, dan keputusan pembelian.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan berupa dokumen baik tertulis gambar atau elektronik

---

[10] Julia, *Orientasi Estetik Gaya Pirigan Kacapi Indung,* (Sumedang: UPI Sumedang Press, 2018), hlm. 48

dengan mengamati dan menganalisis kumpulan dokumen yang dibuat sendiri atau dari orang lain mengenai subjek.

2) Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat ukur dalam penelitian untuk mengumpulkan data agar mempermudah dalam pengolahan data. Dalam penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa angket/kuesioner yang digunakan sebagai media pengumpulan data agar lebih sistematis dan efisien. Maka peneliti menetapkan variabel penelitian dan indikator sesuai teori yang di mapping sebagai berikut:

Variabel Penelitian	Indikator	Pernyataan	No. Item Kuesioner
Strategi Pemasaran (X_1)[11]	Produk	- Menu yang ada di mie gacoan Tulungagung memiliki cita rasa yang khas - menu yang ada di mie gacoan Tulungagung tingkat level kepedasannya bisa memilih sendiri sesuai selera	1-2
	Distribusi	- Lokasi warunk gacoam Tulungagung memiliki tempat yang strategis - Warunk gacoan Tulungagung terletak di pusat kota sehingga sangat mudah dijangkau	3-4
	Promosi	- Promosi yang dilakukan warunk gacoan Tulungagung menggunakan media sosial melalui website, instagram, dan facebook	5-6

[11] Icuk Rangga Bawono dan Erwin Setyadi, *Optimalisasi Potensi Desa Di Indonesia*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2019), hlm. 23

		- Konsumen yang puas dengan cita rasa menu yang disajikan akan merekomendasikan mie gacoan Tulungagung kepada teman dan keluarganya	
	Harga	- Harga yang diberikan terjangkau - Warunk gacoan Tulungagung memberikan *discount* / potongan harga di gofood atau pembayaran melalui *shopeepay*	7-8
Nilai Sosial (X_2)[12]	Kelompok Referensi	- Referensi dari pengalaman teman-teman yang pernah membeli mie gacoan Tulungagung - Referensi dari ajakan orang terdekat untuk mencoba mie gacoan Tulungagung - Referensi informasi yang didapat mudah untuk membeli mie gacoan Tulungagung	9-11
	Keluarga	- Pengalaman dari anggota keluarga yang pernah membeli mie gacoan Tulungagung - Pendapat anggota keluarga mengenai mie gacoan Tulungagung yang enak - Pilihan dari anggota keluarga untuk membeli mie gacoan Tulungagung	12-14
	Peran dan Status	- Keikutsertaan dalam kelompok ketika akan membeli mie gacoan Tulungagung - Berpastisipasi agar mendapat	15-16

[12] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Edisi Ketiga, (Jakarta: PrenadaMedia Group, 2019), hlm. 9

		status di anggota kelompok yang akan membeli mie gacoan Tulungagung	
Lingkungan Ekonomi (X_3)[13]	Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi	- Stabilitas keadaan ekonomi mempengaruhi perilaku pembelian - Tabungan memiliki dampak signifikan dalam perilaku pembelian - Tingkat bunga yang diperoleh memiliki dampak signifikan dalam perilaku pembelian - Orang yang tidak memiliki hutang memiliki dampak signifikan dalam perilaku pembelian - Saat akan melakukan pembelian, konsumen akan menyesuaikan kondisi keuangannya jika dirasa cukup, akan melakukan pembelian - Pendapatan yang didapat memiliki dampak signifikan dalam perilaku pembelian - Selera dan trend terbaru pekerjaan memiliki dampak terhadap perilaku pembelian - Tingkat pekerjaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan membeli mie gacoan Tulungagung	17-24
Keputusan Pembelian	Pemilihan Merek	- Saya akan melakukan pembelian dengan melihat kualitas dan mutu	

[13] *Ibid.*, hlm. 10

(Y)[14]		produk yang ditawarkan mie gacoan Tulungagung - Saya akan melakukan pembelian jika kegunaan dan manfaat yang terkait dengan fungsi dari mie gacoan Tulungagung - Saya akan melakukan pembelian jika saya berniat membeli mie gacoan Tulungagung	25-27
	Sikap Orang Lain	- Konsumen akan melakukan pembelian mie gacoan Tulungagung didorong oleh sikap orang lain terhadap pilihannya	28
	Faktor Keadaan Yang Tidak Terduga	- Konsumen akan melakukan pembelian jika harga sesuai dengan yang diharapkan - Konsumen akan melakukan pembelian jika manfaat yang didapat sesuai dengan yang diharapkan - Konsumen akan melakukan pembelian jika cita rasa sesuai dengan yang diinginkan - Konsumen akan melakukan pembelian jika memenuhi kebutuhannya	29-32

[14] *Ibid.*, hlm. 15

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah tahapan yang digunakan untuk mengolah data yang telah terkumpul melalui angket/kuesioner yang telah disebarkan, agar bisa menjawab rumusan masalah untuk tercapainya tujuan dalam penelitian ini. Adapun tahapannya yaitu:

1. Uji Keabsahan

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner yang valid adalah kuesioner yang pertanyaannya dapat mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu sendiri. Instrumen dikatakan valid saat dapat mengungkap data dari variabel secara tepat tidak menyimpang dari keadaan yang sebenarnya.[15] Uji coba secara empirik menggunakan korelasi *product moment* yaitu membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel serta membandingkan nilai sig. (2-tailed) dengan tingkat tingkat kesalahan 0,05.

1) Apabila nilai r-hitung > r-tabel, maka item soal angket tersebut valid.
2) Apabila nilai r-hitung < r-tabel, maka item soal angket tersebut tidak valid.
3) Apabila nilai sig. (2-tailed) < 0,05, maka item soal angket tersebut valid.

[15] Ovan dan Andika Saputra, *CAMI : Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*, (Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020), hlm. 3

4) Apabila nilai sig. (2-tailed) > 0,05, maka item soal angket tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

`Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran sebanyak dua kali atau lebih terhadap gejala dan alat ukur yang sama.[16]

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach* untuk menghitung reliabilitasnya. Teknik ini digunakan untuk menuntukan apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak dengan jawaban yang diberikan berbentuk skala angka. Kriteria suatu penelitian dikatakan reliabel dengan mengguakan teknik *alpha cronbach* jika koefisien reliabiitas memiliki nilai > 0,6.[17]

2. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan yang dilakukan setelah data terkumpul yang digunakan untuk mengolah data melalui angket atau kuesioner yang sudah disebarkan.[18] Tahapan selanjutnya agar tercapainya tujuan penelitian sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi

---

[16] *Ibid.*, hlm 4
[17] Ferry Sudarto, Dedy Prasetya K, dan Wahyu Hidayati, *Metode Kuantitatif Mengukur Kepuasan Pengguna Web Kampus*, (Klaten: Lakeisha, 2021), hlm. 56
[18] Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), hlm. 31

terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Metode uji normalitas dilihat dari penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of regression standardized residual*. Uji normalitas residual dengan menggunakan metode grafik, sebagai dasar pengambilan keputusannya. Jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual telah normal.[19]

2) Uji Multikoleniaritas

Multikoleniaritas adalah kondisi dimana dua atau lebih variabel bebas saling berkorelasi. Estimasi parameter dalam model regresi menjadi bias ketika kondisi ini terjadi, koefisien regresinya juga relatif kurang presisi. Munculnya multikoleniaritas dapat diindikasikan dari nilai VIF *(Variance Inflation Factor)* yang merupakan simpangan baku kuadrat dan digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antar variabel bebas. Jika nilai VIF melebihi 10 maka menunjukkan adanya gejala multikoleniaritas. Apabila nilai VIF tidak melebihi dari 10 maka model terbebas dari multikoleniaritas.[20]

---

[19] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hlm 206

[20] Getut Pramesti, *Statistika Lengkap secara Teori dan Aplikasi dengan SPSS 23*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2016), hlm. 68

3) Uji Heteroskedastisitas

Digunakan untuk menguji adanya ketidaksamaan varian residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat penduga (prediksi). Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antar prediksi variabel. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model bisa dilihat melalui pola gambar Scatterplot. Regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0 , titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik data tidak berpola.

b. Uji Regresi

1) Uji Hipotesis

Hipotesis yaitu suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Pengujian hipotesis berhubungan dengan pendugaan suatu parameter. Dalam prosedur pendugaan suatu parameter pasti menggunakan pengujian hipotesis. Pada saat menduga parameter peneliti menggunakan data sampel,

sehingga diperoleh nilai statistik untuk diuji apakah nilai tersebut dapat menduga parameter.[21]

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda merupakan hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (Y). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

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

Dimana :

Y	: Keputusan Konsumen
a	: Konstanta
b_1, b_2, b_3	: Koefisien korelasi berganda
X_1	: Strategi Pemasaran
X_2	: Nilai Sosial
X_3	: Lingkungan Ekonomi
e	: *error item* (variabel pengganggu) atau residual

2) Koefisien Determinasi

[21] Zainatul Mufarrikoh, *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)*, (Surabaya, CV. Jakad Media Publishing, 2020), hlm. 71

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Jika semua data observasi terletak pada garis regresi akan diperoleh garis regresi yang sesuai atau sempurna, namun apabila data observasi tersebut jauh dari nilai dugaan atau garis regresinya, maka nilai dugaannya menjadi kurang sesuai. Untuk menyatakan besar kecilnya pengaruh variabel X terhadap Y dapat ditentukan melalui SPSS dengan rumus koefisien determinan yaitu:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

KP : Nilai Koefisien Determinasi

r : Nilai Koefisien Korelasi

3) Uji Signifikan Parsial (t-test)

Uji signifikan parsial dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Uji signifikan parsial dilakukan dengan uji t atau tes, dengan membandingkan antar t-hitung dengan t-tabel sehingga dapat diketahui apakah pengaruh variabel bebas terhadap keputusan konsumen (Y) signifikan atau tidak.

Uji signifikan parsial juga dapat dilakukan melalui pengamatan nilai signifikan t pada tingkat a yang digunakan

(penelitian ini menggunakan tingkat a sebesar 5% = 0,05). Dimana kriterianya sebagai berikut:

a. Jika signifikan t < 0,05 maka H_0 ditolak yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
b. Jika signifikan t > 0,05 maka H_0 diterima yaitu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

4) Uji Signifikan Simultan (f-test)

Uji signifikan simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Analisis didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

a. H_0 diterima jika f hitung < f tabel, maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
b. H_0 ditolak jika f hitung > f tabel, maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji signifikan simultan juga dapat dilakukan melalui pengamatan nilai signifikan f pada tingkat a yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat a sebesar 5% = 0,05. Dimana syarat-syaratnya sebagai berikut:

a. Jika signifikan f < 0,05, maka H_0 ditolak yang berarti variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
b. Jika signifikan f > 0,05, maka H_0 diterima yaitu variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.