

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Menurut pendapat dari Sugiyono (2014:6) metode penelitian adalah satu dari sekian banyak cara ilmiah yang dapat digunakan untuk memperoleh data valid mengenai data yang berhubungan dengan bidang yang diteliti sehingga dapat digunakan untuk memecahkan dan memahami permasalahan yang ada. Menurut Sugiyono (2015:14), metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan dan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur pengaruh antara variabel independen (atribut pengemasan dan promosi) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Penelitian dilakukan pada konsumen Rocket Chicken di Jombang. Sampel dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Metode pengumpulan data adalah dengan penyebaran kuesioner atau angket yang berisi pernyataan-pernyataan yang tiap itemnya berisi mengenai indikator dan variabel-variabel yang diteliti. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Responden akan diminta untuk memberikan penilaian terhadap setiap item pernyataan

dengan mengisi angka 1 yang berarti sangat tidak setuju sampai 5 berarti sangat setuju. Setelah kuesioner disebar kemudian akan diambil kembali untuk diolah dan diuji dengan beberapa teknik analisis data yang menggunakan *software* SPSS. Setelah semua pengujian dilakukan maka akan diambil kesimpulan dari hasil penelitian tersebut yang merupakan jawaban dari rumusan masalah dan menjawab dari hipotesis awal apakah diterima atau ditolak.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 3 variabel yang terdiri dari 2 variabel bebas (independen) dan 1 variabel terikat (dependen). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu atribut kemasan (X1), promosi (X2). Sedangkan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini yaitu :

3.2.1 Variabel Dependen

1. Keputusan Pembelian (Y)

Mengacu pada konsep yang dikembangkan Philip Kotler (2007:223) keputusan pembelian merupakan tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan proses keputusan pembelian Makanan siap saji di Rocket Chicken yang diukur menggunakan indikator dari Oktavianto Pamungkas (2018) yaitu :

- a. Kemantapan pada sebuah produk.
- b. Kebiasaan dalam membeli produk.
- c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.

d. Melakukan pembelian ulang.

3.2.2 Variabel Independen

1. Atribut Kemasan (X1)

Kotler (1997) mendefinisikan “*packaging involves designing and producing the container or wrapper for a product*” yang artinya adalah proses pengemasan yang melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, fungsi utama dari kemasan sendiri yaitu untuk melindungi produk agar produk tetap terjaga kualitasnya.

Atribut pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus bagi sebuah produk Rocket Chicken. (Kotler, 1999:227), dengan indikator :

- a. Bahan: terdapat beberapa macam bahan yang digunakan untuk kemasan, diantaranya: kertas, botol, aluminium, foil, plastik, dan logam.
- b. Logo: merek dagang atau logo perusahaan memiliki peranan penting dalam meningkatkan kemasan, contohnya: komunikatif, identitas simbol.
- c. Warna: konsumen melihat warna jauh lebih cepat daripada melihat bentuk atau rupa, dan warnalah yang pertama kali produk dipajangkan.

- d. Ukuran: ukuran kemasan tergantung pada jenis produk yang dibungkusnya, baik untuk ukuran panjang, lebar, maupun tipis dan tebalnya kemasan.

2. Promosi (X2)

Mengacu pada teori Philip Kotler dan Garry Armstrong, (2012:408). Promosi merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk konsumen dalam membeli sebuah produk Rocket Chicken yang diukur menggunakan indikator dari Dedy Kurniawan (2017) yaitu :

- a. Aktivitas periklanan (*advertising*)
- b. Penjualan perseorangan (*personal selling*)
- c. Hubungan Masyarakat (*public relations*)
- d. Pemasaran mulut ke mulut (*word of mouth*)
- e. Promosi penjualan (*sales promotion*)
- f. Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Tabel 3.1
Kisi-kisi Indikator

Variabel	Indikator	Item
Atribut Pengemasan (X1) Kotler, (1999:227),	1. Bahan 2. Logo 3. Warna 4. Ukuran	1. Kemasan Rocket Chicken ramah lingkungan. 2. Logo sangat menarik dan mudah diingat. 3. Perpaduan warna dalam kemasan sangat cocok dan terlihat mewah.

		4. Ukuran kemasan yang simple dan tidak terlalu besar.
Promosi (X2) Dedy Kurniawan (2017)	<p>5. Aktivitas periklanan (<i>advertising</i>)</p> <p>6. Penjualan perseorangan (<i>personal selling</i>)</p> <p>7. Hubungan Masyarakat (<i>public relations</i>)</p> <p>8. Pemasaran mulut ke mulut (<i>word of mouth</i>)</p> <p>9. Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>)</p> <p>10. Pemasaran langsung (<i>direct marketing</i>)</p>	<p>5. Iklan media cetak seperti pamflet, spanduk, lebih menarik perhatian konsumen.</p> <p>6. Penyampain informasi mengenai produk jelas.</p> <p>7. Rocket Chicken memiliki hubungan yang baik dengan konsumen.</p> <p>8. Melakukan strategi word of mouth.</p> <p>9. Promosi up to date.</p> <p>10. Melakukan promosi secara langsung.</p>
Keputusan Pembelian (Y) Oktavianto Pamungkas (2018)	<p>11. Kemantapan pada sebuah produk.</p> <p>12. Kebiasaan dalam membeli produk.</p> <p>13. Memberikan rekomendasi kepada orang.</p> <p>14. Melakukan pembelian ulang.</p>	<p>11. Konsumen puas dengan cita rasa ayam goreng Rocket Chicken.</p> <p>12. Konsumen percaya dengan produk yang ditawarkan Rocket Chicken.</p> <p>13. Agar dapat merasakan kualitas produk yang ditawarkan.</p> <p>14. Konsumen puas dengan kualitas produk yang ditawarkan Rocket Chicken.</p>

3.3 Skala pengukuran

Penelitian yang dilakukan nantinya akan menggunakan alat bantu berupa kuesioner atau angket, yang mana jawaban-jawaban responden tersebut akan diukur dengan menggunakan skala *Likert*. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan.

Pernyataan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala *Likert* dari pernyataan yang diberikan kepada responden (Sugiyono,2005:87) yaitu:

a. Jawaban sangat tidak setuju	diberi nilai = 1
b. Jawaban tidak setuju	diberi nilai = 2
c. Jawaban nertal	diberi nilai = 3
d. Jawaban setuju	diberi nilai = 4
e. Jawaban sangat setuju	diberi nilai = 5

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah gabungan dari keseluruhan elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah penelitian (Ferdinand,2006:223). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Rocket Chicken di Jombang yang jumlah populasinya tidak diketahui.

3.4.2 Sample

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu dibentuk perwakilan populasi (Ferdinand,2006:223). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli makanan siap saji di Rocket Chicken Jombang. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu, (Sugiono, 2008).

Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Menurut Arikunto (2010:120) besar kecilnya sampel yang diambil dalam penelitian, biasanya ditentukan atas pertimbangan waktu tenaga dan biaya yang ditanggung oleh peneliti karena alasan itulah besar kecilnya sampel penelitian itu berbeda-beda apabila subjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Apabila jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 20% - 30% atau 40% - 50% karena jumlah populasi berjumlah 194 maka peneliti mengambil sampel 50% dari keseluruhan populasi, yaitu 97 orang.

Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*, dimana subjek dipilih karena berdasarkan kebetulan/ insidental bertemu dengan peneliti dan digunakan sebagai sampel.

3.4.3 Teknik Sampling (Accidental Sampling)

Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Menurut Sugiono (2009:85). *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer dan data sekunder diuraikan sebagai berikut :

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Dalam penelitian ini data primer bersumber dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada konsumen Rocket Chicken di Jombang, dimana hasil data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung baik berupa keterangan maupun literatur yang jeli ada hubungannya dalam penelitian yang sifatnya melengkapi atau mendukung data primer. Dalam penelitian ini, data sekunder bersumber dari studi pustaka melalui berbagai jurnal, artikel yang diambil dari internet.

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Angket

Seperangkat pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek penelitian untuk dijawab sesuai dengan keadaan subjek yang benar. Yang dijangar dengan menggunakan kuesioner yang diberikan dalam bentuk pernyataan terstruktur dan pertanyaan terbuka di mana di dalam kuesioner tersebut menyajikan sebuah pernyataan yang harus ditanggapi oleh responden secara tersruktur. Memperoleh data melalui pernyataan yang dijangkar kiri dan kanan dengan tingkatan jawaban yang peneliti harapkan, cenderung bersifat interval. Interval pernyataan dalam penelitian ini adalah 1-5.

3.7 Analisis Deskriptif

Menurut sugiyono 2010 Metode analisis deskriptif presentase digunakan untuk mengkaji variabel-variabel yang ada dalam penelitian yaitu ataribut pengemasan, promosi dan keputusan pembelian. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan frekuensi dari masing-masing variabel dengan skala pengkuran satu sampai lima. Dalam metode ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rentan skor} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{jumlah kategori}}$$

Sehingga interpretasi range seperti di tabel 3.2 sebagai berikut :

Tabel 3.2
Interprestasi Range

Range	Keterangan
1.0 – 1.8	Sangat Rendah
1.9 – 2.6	Rendah
2.7 – 3.4	Rendah/ Cukup
3.5 – 4.2	Tinggi
4.3 – 5.0	Sangat Tinggi

Sumber : Sugiyono, (2014)

3.7 Pengujian Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan sebagai media untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2016). Suatu kuesioner dapat dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sejauh mana sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Semakin tinggi nilai validitas sebuah butir soal kuesioner maka semakin layak pula kuesioner tersebut digunakan sebagai alat pengumpul data penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Corrected item Total Correlation* dengan bantuan software SPSS untuk menguji validitas. Teknik *Corrected item Total Correlation* secara teoritis menggunakan rumus korelasi terhadap efek spurious overlap Widiyanto (2010), dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing – masing skor

item dengan skor total dan melakukan korelasi terhadap nilai korelasi yang overestimasi.

Pengambilan keputusan dalam uji validitas *Corrected item Total Correlation* pada signifikansi 5% dan didasarkan pada ketentuan sebagai berikut Suwono (2012):

1. Jika nilai r hitung r kritis 0,3 maka butir soal kuesioner dinyatakan valid.
2. Sedangkan jika nilai r hitung r kritis 0,3 maka butir soal kuesioner dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Riduwan dan Sunarto (2011, hlm. 348) “Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah dikatakan baik”

Dengan demikian suatu tes dapat dikatakan mempunyai taraf kepercayaan yang tinggi jika tes tersebut dapat memberikan hasil yang tetap. Pengujian reliabilitas akan menggunakan program *SPSS 24 for windows*. Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel konstruk. Menurut Ghazali (2010), suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Metode yang digunakan untuk melakukan uji reliabilitas adalah dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Menurut Ghazali (2010) suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Sebaliknya jika $< 0,60$ maka tidak reliabel.

3.7.1 Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2016) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikut distribusi normal. Kalau asumsi itu dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid unjuk jumlah sampel kecil. Dalam penelitian ini, uji Normalitas Probality Plot (P-P Plot). Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik – titik data yang menyebar disekitar garis diagonal, dan penyebaran titik – titik data searah mengikuti garis diagonal Imam Ghazali (2010).

b. Uji Autokolerasi

merupakan korelasi pada tempat yang berdekatan datanya yaitu *cross sectional*. Autokorelasi merupakan korelasi *time series* (lebih menekankan pada dua data penelitian berupa data rentetan waktu). Cara mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi adalah dengan menggunakan nilai DW (*Durbin Watson*) dengan kriteria pengambilan jika $D - W$ sama

dengan 2, maka tidak terjadi autokorelasi sempurna sebagai *rule of thumb* (aturan ringkas), jika $D - W$ diantara 1,67 – 2,33 maka tidak mengalami gejala autokorelasi, Ghozali (2010)

c. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

d. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Untuk menganalisis terjadinya masalah heteroskedastisitas, dilakukan dengan menganalisis grafik Scatter Plot dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika sebaran titik-titik membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya berada di atas dan di bawah titik nol sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

- b. Jika sebaran titik-titik membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya hanya berada di atas dan di bawah titik nol sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi terdapat masalah heteroskedastisitas.

3.8 Analisis Data dan Interpretasi

3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini ada tiga variabel yaitu variabel atribut kemasan (X1), promosi (X2), dan variabel terikat keputusan pembelian (Y). Rumus regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = keputusan pembelian

a = konstanta

x1 = atribut kemasan

x2 = promosi

b = koefisien regresi

e = error

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial antar masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah masing – masing variabel bebasnya secara sendiri – sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya.

- a) Jika $t(\text{hitung}) > t(\text{tabel})$, maka hipotesis diterima, dan $t(\text{hitung}) < t(\text{tabel})$ maka hipotesis ditolak.
 - b) Jika $\text{sig} < \alpha (0,05)$, maka hipotesis diterima dan jika $\text{sig} > \alpha (0,05)$ maka hipotesis ditolak.
- b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen dipakai dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya.

- c. Uji F

Menurut Sugiono (2013:81) uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama - sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menggunakan aplikasi *software SPSS versi 24* dan untuk menarik kesimpulan ada tidaknya pengaruh signifikan variabel bebas (X) secara serempak terhadap variabel terikat (Y).