# BAB III

# METODE PENELITIAN

## Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal, yaitu menjelaskan hubungan yang bersifat sebab akibat dari variabel independen atau variabel yang mempengaruhi dan dependen atau dipengaruhi melalui pengujian hipotesis (Sugiyono, 2016).

## Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian merupakan lokasi atau wilayah dimana penelitian tersebut dilakukan. Penelitian ini dilakukan pada konsumen UMKM Toko Roti Widoro di Sukoharjo. Dan waktu yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 3 bulan yaitu bulan September 2021 – Januari 2022 untuk pengambilan sampel dari konsumen Toko Roti Widoro di Sukoharjo.

## Populasi dan Sampling

* 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Roti Widoro di area Sukoharjo yang berjumlah tak terhingga.

* 1. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Sampel adalah sebagian populasi yang akan di teliti (Arikunto, 2010). Pengambilan sampel untuk penelitian ini adalah berjumlah tidak terhingga. Menurut Wibisono dalam (Riduwan & Akdon, 2020) rumus untuk pengambilan sampel tak terhingga adalah sebagai berikut :

𝑛 = $\left\{\frac{(Z\_{α/2}.σ)}{e}\right\}^{2}$

 = $\left\{\frac{(1,96).(0,25)}{0,05}\right\}^{2}$

= 96.04

N = jumlah sampel

Zα/2 = nilai dari tabel distribusi normal atas tingkat keyakinan 95% = 1,96.

σ = standar deviasi 25%

*e* = error (batas kesalahan = 5%)

Batas kesalahan atau margin of error dalam penelitian ini adalah 5%, dengan begitu peneliti yakin dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa sampel random berukuran 96,04 atau 97 yang akan memberikan selisih estimasi dengan kurang dari 0,05. Oleh karena jumlah perhitungannya mendekati 100 maka peneliti mengambil sampel sebesar 100 orang.

* 1. Sampling

Teknik Sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2013). *Accidental Sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pengunjung yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016).

## Jenis Data

Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh oleh peneliti melalui kuesioner terkait variabel inovasi produk, citra merek, kualitas produk pada minat beli konsumen toko roti Widoro.

1. Data Sekunder

Data sekunder adalah yang di buat oleh orang lain atau data yang sudah jadi (Ngatman *et al*., 2018). Selain itu diperoleh dari literatur, buku-buku, jurnal dan referensi lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

## Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai

* 1. Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu, untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan (Sugiyono, 2016). Pengamatan secara langsung dilakukan pada para pelaku usaha UMKM Toko Roti Widoro di Sukoharjo untuk mendapatkan keterangan tentang Minat Beli Konsumen pada Produk Toko Roti Widoro di Sukoharjo.

* 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden, yaitu konsumen Toko Roti Widoro di Sukoharjo untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016). Bentuk kuesioner yang peneliti gunakan adalah positif, maka pemberian skor pada kuesioner yang diberikan kepada responden didasarkan pada kriteria skala Likert. Kuesioner yang bernilai positif, maka klasifikasi skornya adalah:

* + 1. Sangat Setuju (SS)/Selalu (SL) diberi skor 4
		2. Setuju (S)/Sering (SR) diberi skor 3
		3. Tidak Setuju (TS)/Kadang-kadang (KD) diberi skor 2
		4. Sangat Tidak Setuju (STS)/Tidak Pernah (TP) diberi skor 1
	1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan menganalisis segala bentuk dokumen berupa barang barang, benda tulis dan bukan hanya berupa tulisan saja tetapi bisa berupa benda benda peninggalan seperti prasasti atau simbol lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti (Ngatman *et al*., 2018).

1. **Definisi Oprasional Variable**

Definisi operasional merupakan batasan-batasan yang dipakai untuk menghindari interpretasi berbeda dari variabel yang dipakai dan merupakan petunjuk bagaimana suatu variabel diukur dalam sebuah penelitian. Menurut (Sugiyono, 2014) definisi operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi operasional masing – masing variabel penelitian ini dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel III. 1 Definisi Oprasional Variabel**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Variabel Penelitian** | **Definisi Operasional** | **Indikator** |
| 1. | Minat Beli (Y) | Kemampuan perusahaan untuk menciptakan suatu motivasi yang terus terekam didalam benak konsumen dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang dapat menimbulkan minat beli suatu produk | 1. Perhatian calon konsumen
2. Ketertarikan calon konsumen
3. Keinginan untuk membeli calon konsumen
4. Calon konsumen melakukan pembelian
 |
| 2. | Inovasi Produk (X1) | Cara meningkatkan nilai sebagai sebuah komponen yang merupakan kunci kesuksesan sebuah operasi bisnis yang dapat membawa perusahaan memiliki keunggulan yang kompetitif dan menciptakan produk-produk yang Unggul | 1. Perluasan produk
2. Peniruan produk
3. Produk baru
 |
| 3. | Citra Merek (X2) | Gambaran umum konsumen terhadap suatu produk, keyakinannya terhadap suatu produk tersebut karena sudah menjadi pelanggan merek tersebut atau banyak mendengar keunggulan produk tersebut. | 1. Tingkat dikenalnya merek
2. Reputasi merek
3. Daya tarik merek
4. Keunggulan merek
5. Keunikan merek
 |
| 4. | Kualitas Produk (X3) | Kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut dan menunjukkan berbagai fungsi yang termasuk di dalamnya. | 1. Kinerja produk
2. Daya Tahan
3. Kesesuaian produk dengan spesifikasi
4. Fitur produk/jasa
5. Keandalan
6. Estetika
7. Kesan kualitas
8. Kualitas yang dirasa
 |

## Uji Instrumen Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2016)**,** pengumpulan data dengan menggunakan instrumen (yang berupa test maupun nontest) harus teruji validitas dan reliabilitasnya, jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

* 1. Uji Validitas

Menurut (Imam, 2013) uji validitas digunakan untuk mengukur salah satu valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut (Lili & Gusri, 2018) Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah skor butir (*corrected item total correlation*).

Jika *rhitung > rtabe*l maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid

Jika *rhitung < rtabel* maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid

## Tabel III. 2 Uji Validitas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | r Hitung | r Tabel | Hasil |
| Minat Beli | 0,465 | 0,444 | Valid |
| 0,497 | 0,444 | Valid |
| 0,695 | 0,444 | Valid |
| 0,559 | 0,444 | Valid |
| 0,780 | 0,444 | Valid |
| Inovasi Produk | 0,805 | 0,444 | Valid |
| 0,503 | 0,444 | Valid |
| 0,536 | 0,444 | Valid |
| 0,730 | 0,444 | Valid |
| 0,458 | 0,444 | Valid |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Citra Produk | 0,466 | 0,444 | Valid |
| 0,675 | 0,444 | Valid |
| 0,560 | 0,444 | Valid |
| 0,724 | 0,444 | Valid |
| 0,84 | 0,444 | Valid |
| Kualitas Produk | 0,572 | 0,444 | Valid |
| 0,532 | 0,444 | Valid |
| 0,477 | 0,444 | Valid |
| 0,542 | 0,444 | Valid |
| 0,7530, | 0,444 | Valid |

Sumber : Lampiran IV. Hasil *Output* SPSS 22

* 1. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel (Lili & Gusri, 2018). Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Imam, 2013) Uji reliabilitas pada kuisioner dapat menunjukan konsekuensi dari jawaban – jawaban responden. Uji reliabilitas dilakukan setelah pengujuan validitas dan yang diuji merupakan pertanyan – pertanyan yang sudah valid. Kriteria pengujian reliabilitas sebagai berikut :

Jika *r alpha > r tabel* maka alat ukur tersebut reliabel

Jika *r alpha < r tabel* maka alat ukur tersebut tidak reliabel.

## Tabel III. 3 Uji Reliabilitas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | r *Alpha* | r Tabel | Hasil |
| Minat Beli | 0,574 | 0,444 | Reliabel |
| Inovasi Produk | 0,578 | 0,444 | Reliabel |
| Citra Merek | 0,656 | 0,444 | Reliabel |
| Kualitas Produk | 0,482 | 0,444 | Reliabel |

Sumber : Lampiran IV. Hasil *Outpu*t SPSS 22

## Teknik Analisis Data

* 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan menggunakan uji normalitas, multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas

* + 1. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan cara uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K- S) normalitas residual. Menggunakan pengujian ini, maka keputusan ada atau tidaknya residual berdistribusi normal bergantung pada (Sarwono, 2015) **:**

1. Angka signifikan > 0,05, yang berarti menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal.
2. Angka signifikan < 0,05, yang berarti menunjukkan bahwa residual tidak berdistribusi normal
	* 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (Imam, 2013)**.** Untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas dalam model regresi diilakukan dengan melihat nilai toleran dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang dapat dilihat dari output SPSS, dengan hasil sebagai berikut:

1. Nilai *tolerance* > 10 persen dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolineritas antar variabel bebas dalam model regresi.
2. Nilai *tolerance* < 10 persen dan nilai VIF > 10, maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinaeritas antar variabel bebas dalam model regresi.
	* 1. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk menguji model regresi apakah ada ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas muncul karena adanya residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari observasi satu ke observasi lainnya. Dasar pengambilan keputusan dengan uji Spearman’s Rho adalah jika nilai signifikansi ≥ 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Imam, 2013).

* 1. Analisis Regresi Linier Berganda

a) Model Regresi

Mengetahui pengaruh inovasi produk, citra merk, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada produk UMKM toko roti Widoro di Sukoharjo, maka digunakan alat teknik regresi linier berganda yang menyatakan bentuk hubungan variabel independen dan dependen ke dalam model persamaan regresi, sebagai berikut (Imam, 2013):

Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e

Keterangan :

Y : Variabel Minat Beli Konsumen

X1 : Variabel Inovasi Produk

X2 : Variabel Citra Merk

X3 : Variabel Kualitas Produk

a : konstanta

b1, b2, b3 : koefisien korelasi

e : *error term* kesalahan pengganggu

* 1. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk menunjukkan sampai seberapa besar variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang ada dalam model. Nilai R² mempunyai range antara 0-1, jika nilai range semakin mendekati angka 1 maka variabel independen. Besarnya nilai R² dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Imam, 2013):

R2= ESS/TS= 1 (RSS/TSS)

Dimana,

ESS = *Explain sum of square* (jumlah kuadrat dari regresi).

TSS = *Total sum of square* (total jumlah kuadrat).

RSS = *Residual sum square* (jumlah kuadrat kesalahan pengganggu).

* 1. Uji Hipotensis

Uji hipotesis yang digunakan untuk teknik analisis regresi linear berganda adalah :

* + 1. Uji Ketepatan Model (Uji F)

Uji F bertujuan untuk melihat pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat (Francois, 2020). Uji ketepatan model (uji F) digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen (inovasi produk, citra merk, kualitas produk) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (minat beli konsumen pada produk UMKM toko roti Widoro). Kriteria pengujian (Ghozali, 2016)

**Daerah diterima**

**Daerah ditolak**

1. Ho diterima dan Ha ditolak apabila nilai Fhitung ≤ Ftabel atau nilai signifikansi (*p*) > 0,05.
2. Ho ditolak dan Ha diterima apabila nilai Fhitung > Ftabel atau nilai signifikansi (*p*) < 0,05.
	* 1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau Uji Parsial bertujuan untuk melihat pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat (Francois, 2020). Uji t digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen (Inovasi Produk,Citra Merk, Kualitas Produk) secara parsial terhadap variabel dependen (Minat Beli Konsumen pada Produk UMKM Toko Roti Widoro). Kriteria pengujian (Imam, 2013):

**Daerah ditolak**

**Daerah ditolak**

**Daerah diterima**

* + - * Ho diterima dan Ha ditolak apabila nilai t hitung ≤ t tabel atau nilai signifikansi (p) > 0,05.
			* Ho ditolak dan Ha diterima apabila nilai thitung > ttabel atau nilai signifikansi (p) < 0,05