

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, produk, dan *perceived value* terhadap keputusan pembelian melalui minat beli ikan cupang di Surabaya. desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif menurut Sugiyono (2017:35) adalah metode yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan, variabel itu sendiri mencari hubungan dengan variabel lain.

Menurut Sugiyono (2017:8) metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berdasarkan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan kuesioner.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2021 – Juni 2021 dan dilaksanakan secara online dan offline yang tertuju pada masyarakat Surabaya.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Dalam penelitian ini sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai maka penelitian menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian,

analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

3.3.2. Sumber Data

Sumber data yang diambil dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder.

3.3.2.1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017:193) yang dimaksud data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada para penggemar ikan cupang Di Surabaya.

3.3.2.2. Data Sekunder

Data sekunder Menurut Sugiyono (2017:137) adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data sekunder berupa grafik yang tersaji dan diperoleh melalui google trends.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80), definisi populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah penggemar ikan cupang di Surabaya.

3.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Karena terbatasnya waktu dan biaya untuk mengetahui jumlah pembeli ikan cupang yang berasal dari Surabaya baik secara online maupun offline, maka dalam penelitian ini jumlah populasi dikatakan tidak dapat diketahui. Sehingga untuk mengetahui jumlah sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1,96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

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

dari rumus di atas maka diperoleh hasil sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2 0,5(1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dari perhitungan diatas maka diperoleh sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 96 responden yang akan dibulatkan menjadi 100 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* Teknik *purposive sampling* adalah teknik dimana peneliti menentukan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga berharap mendapatkan penyelesaian masalah dalam sebuah penelitian. Kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat yang tinggal di Surabaya.
2. Pernah membeli ikan cupang di Surabaya.

3. Penggemar ikan cupang.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk mencari informasi mengenai apa yang dibutuhkan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017:194) cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuesioner. Menurut Sugiyono (2017:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Skala yang digunakan dalam penyusunan kuesioner adalah *skala likert*. Menurut Sugiyono (2017: 134) *skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap pertanyaan atau pernyataan, responden harus mendukung sebuah pertanyaan untuk dipilih.

Dengan *skala likert*, maka variabel penelitian yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item kuesioner. Jawaban setiap item mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang berbentuk kata-kata dan untuk keperluan kuantitatif maka jawaban tersebut diberi skor sebagai berikut :

- a. SS = Sangat Setuju :Skor 5
- b. S = Setuju :Skor 4
- c. N = Netral :Skor 3
- d. TS = Tidak Setuju :Skor 2
- e. STS = Sangat Tidak Setuju :Skor 1

3.6. Definisi Variabel dan Definisi Operasional

3.6.1. Definisi Variabel

Menurut Sugiyono (2017:38) mengemukakan bahwa variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yang digunakan yaitu variabel independen, variabel dependen, dan variabel intervening.

1. **Variabel Independen**

Menurut sugiyono (2017:39) mendefinisikan variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel independen adalah:

a. **Persepsi Harga (X1)**

persepsi harga merupakan penilaian konsumen mengenai informasi harga dari suatu produk yang telah dibandingkan.

b. **Produk (X2)**

produk adalah sesuatu yang berwujud maupun tidak berwujud yang dapat ditawarkan kepada pasar sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

c. **Perceived value (X3)**

perceived value adalah penilaian konsumen akan suatu produk secara keseluruhan berdasarkan persepsi dari apa yang diperoleh dengan apa yang telah diberikan..

2. **Variabel Dependen**

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian yang diberi simbol (Y).

keputusan pembelian merupakan perilaku seseorang dalam memutuskan kegiatan pembelian suatu barang atau jasa. **Variabel Intervening**

Menurut Sugiyono (2017: 62), variabel intervening adalah variabel penyalur atau antara yang terletak di antara variabel bebas dan variabel terikat, sehingga variabel bebas tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel terikat. Variabel intervening pada penelitian ini yaitu minat beli (Z). Minat beli merupakan sikap konsumen yang berbentuk keinginan dalam membeli sebuah produk atau jasa.

3.6.2. Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2017: 39) adalah Suatu atribut dari obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini definisi operasional variabelnya adalah sebagai berikut :

1. **Persepsi Harga**

Adapun indikator persepsi harga yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat

2. **Produk**

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:255), suatu produk biasanya diikuti oleh serangkaian atribut-atribut yang menyertai produk meliputi beberapa hal, yaitu sebagai berikut:

- a. Kualitas Produk
- b. Fitur Produk
- c. Gaya dan Desain Produk
- d. Merek
- e. Kemasan
- f. Label
- g. Pelayanan Pendukung Produk

dalam penelitian ini peneliti menggunakan 4 atribut sebagai indikator variabel produk yang terdiri dari kualitas produk, desain produk, kemasan, dan pelayanan pendukung produk.

3. **Perceived value**

Menurut Sweeney & Soutar 2001 dalam (Indarwati et al 2021), dimensi *perceived value* terdiri atas 4 aspek utama sebagai berikut :

- a. Emotional Value
- b. Social Value
- c. Price Value
- d. Quality Value

4. Minat Beli

Menurut Ferdinand (2014:8) minat beli dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator yaitu:

- a. Minat transaksional
- b. Minat refrensial
- c. Minat prefrensial
- d. Minat eksploratif.

5. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2014:212) ada empat indikator keputusan pembelian, yaitu:

- a. Kemantapan sebuah produk
- b. Kebiasaan dalam Membeli Produk
- c. Memberikan Rekomendasi kepada Orang Lain
- d. Melakukan Pembelian Ulang

3.7. Proses Pengolahan Data

Proses pengolahan data adalah mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, pencatatan lapangan, kategori, memilih mana yang penting dan akan dipelajari dan disimpulkan sehingga dapat dipahami sendiri Sugiyono (2017 :333) Proses pengolahan data dilakukan dengan mengolah data-data yang sudah didapatkan dan nantinya diperhitungkan kembali sehingga dapat disimpulkan dan dipahami. Adapun tahap- tahap yang dilakukan proses pengolahan data :

1. Editing

Editing atau pemeriksaan adalah pengecekan atau penelitian kembali data yang telah dikumpulkan untuk mengetahui dan menilai kesesuaian dan relevansi data yang dikumpulkan untuk bisa diproses lebih lanjut. Dalam penelitian ini diperlukan pemeriksaan kelengkapan pengisian kuesioner, keterbacaan tulisan, kesesuaian jawaban, dan relevansi jawaban.

2. Coding

Koding adalah pemberian kode untuk pengklasifikasian jawaban yang diberikan kepada responden. Kode dapat berupa huruf, angka untuk nomor atau nilai, dan lambang. Koding bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam pengolahan data.

3. Tabulasi

Tabulasi merupakan langkah setelah pemeriksaan dan pemberian kode. Tabulasi adalah langkah mempersiapkan alat untuk mengolah atau menganalisis data/informasi yang telah diperiksa dan diberi kode.

4. Analyzing

Data yang telah ditabulasi selanjutnya di analisis agar dapat memberikan hasil dari data yang telah dikumpulkan. Sehingga penelitian dapat segera disimpulkan.

3.8. Metode Analisa Data

Analisis data dilakukan untuk menguji data yang telah diperoleh dan akan diolah menjadi sebuah informasi. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Dengan menggunakan program SPSS (Statistical Product and Service Solution), sebagai alat uji. Berikut analisis data yang digunakan dalam penelitian ini :

3.8.1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan dari kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu item dikatakan valid atau gugur adalah dengan membandingkan antara r hitung dengan r tabel dimana r hitung lebih besar dari r tabel. Menurut Sugiyono (2017: 45) Rumus dari korelasi *product moment* dari pearson yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(N\sum X^2 - (\sum X)^2)][(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)]}}$$

Keterangan :

- r hitung : koefisien korelasi
- $\sum X$: jumlah skor item
- $\sum Y$: jumlah skor total
- N : jumlah responden

Butir pertanyaan dikatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan.

Menurut Ghazali (2018:45) reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang. menurut Ghazali (2018:46), pertanyaan dikatakan reliabel jika koefisien Cronbach Alpha $> 0,70$. jika koefisien Cronbach Alpha $< 0,70$ maka pertanyaan tidak reliabel.

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

Untuk melakukan pengujian hipotesis sebelum itu data yang didapat dalam penelitian ini akan diuji terlebih dahulu untuk memenuhi asumsi dasar. Pada model regresi linear berganda terdapat beberapa asumsi yang dipenuhi, oleh karena itu perlu dilakukan terhadap penyimpangan asumsi model klasik, yaitu:

3.8.3.1. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Menurut Ghazali (2018: 105) tujuan uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dengan cara:

1. Besarnya VIF (Varian Inflation Factor) dan Tolerance
 - a. Nilai VIF (Varian Inflation Factor) < 10
 - b. Nilai TOL (Tolerance) $> 0,10$
2. Besarnya Kolerasi antar variabel Independen

Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah koefisien antar variabel independent haruslah lemah, jika variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90) maka ini indikasi adanya multikolinearitas.

3.8.3.2. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas (Ghozali, 2018:134). Dasar analisis heteroskedastisitas dalam variance error terms untuk model regresi adalah sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3.3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ini variabel-variabel dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Menurut Ghozali (2018:111) pada uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independent dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

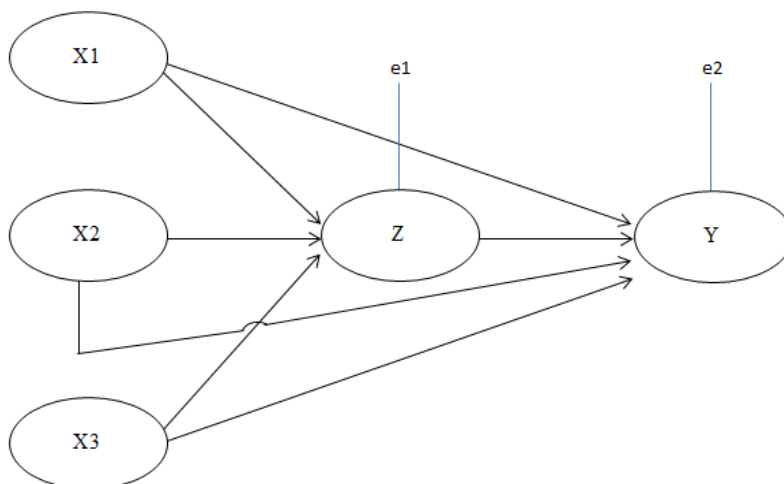
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Pengujian normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dalam program aplikasi SPSS dengan taraf probabilitas (sig) 0,05. Kriteria pengujian uji Kolmogorov-Smirnov adalah nilai probabilitas (sig) > 0,05, maka data berdistribusi normal, sedangkan nilai probabilitas (sig) < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

3.9. Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data

3.9.1. Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur dimulai dengan menyusun model hubungan antar variabel yang hal ini disebut diagram jalur (Sugiyono,2011:298). Hasil besaran diagram jalur menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel bebas yang disebut koefisien jalur. Koefisien jalur adalah sama dengan koefisien regresi yang distandarkan (standardized coefficient regression) (Sugiyono, 2011:308). Desain diagram jalur dapat dilihat sebagai berikut:



Model Persamaan 1 :

$$Z = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_1$$

Model Persamaan 2 :

$$Y = + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_Z Z + e_2$$

Dimana :

Y	: Keputusan Pembelian
e	: Konstanta dari persamaan regresi
β_1	: Koefisien regresi dari variabel X1, Persepsi Harga
β_2	: Koefisien regresi dari variabel X2, Produk
β_3	: Koefisien regresi dari variabel X3, <i>Perceived value</i>
β_Z	: Koefisien regresi dari variabel Z, Minat Beli
X1	: Persepsi Harga
X2	: Produk
X3	: <i>Perceived value</i>
Z	: Minat Beli

3.9.2. Uji Regresi Secara Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:152) uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji t adalah pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Adapun kriteria pengujian parsial dengan level of significant $\alpha = 5\%$ yaitu sebagai berikut:

1. Apabila nilai signifikan $t > \alpha = 0,05$, maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

3.9.3. Uji Sobel

Apabila nilai signifikan $t < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh signifikan antara satu variabel independen dengan variabel dependen. Uji mediasi (Sobel Test)

Menurut Ghozali (2016:243) Uji mediasi digunakan untuk mengetahui hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel atau lebih dikenal dengan Uji Sobel (*Sobel test*). Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak

langsung variabel bebas terhadap variabel terikat melalui variabel mediasi atau *intervening* menggunakan rumus *Sobel Test*, sebagai berikut:

$$Z_{value} = \frac{a \times b}{\sqrt{(a^2 \times Se_b^2) + (b^2 \times Se_a^2)}}$$

Keterangan:

- α : Koefisien jalur regresi variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b : Koefisien jalur regresi variabel terikat terhadap variabel mediasi.
- Se_a : Standard *error* regresi variabel bebas terhadap variabel mediasi.
- Se_b : Standard *error* regresi variabel terikat terhadap variabel mediasi.

Kriteria dalam mengambil keputusan dalam uji sobel yaitu :

- a. Apabila nilai $Z < 1,96$ maka variabel mediasi tidak dapat untuk memediasi hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.
- b. Apabila nilai $Z > 1,96$ maka variabel mediasi dapat atau mampu untuk memediasi hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.
- c. Apabila $p\text{-value} > \text{sig} (0,05)$ maka variabel mediasi tidak dapat untuk memediasi hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.
- d. Apabila $p\text{-value} < \text{sig} (0,05)$ maka variabel mediasi dapat atau mampu untuk memediasi hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.

3.9.4. Uji kelayakan model (Uji F)

Uji kelayakan model (Uji F) merupakan tahapan awal mengidentifikasi model yang digunakan layak atau tidak. Dikatakan layak jika model regresi yang ada dapat menjelaskan pengaruh variabel independen pada variabel dependen.

Hasil uji F dapat dilihat pada tabel ANOVA. Jika nilai signifikan $F \leq 0,05$ menunjukkan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Maka model dikatakan layak untuk digunakan.

