

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di toko Makanan Ringan Snack “Pak Man” Desa Asam Jawa Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh penulis mulai dari November sampai Maret 2023, penelitian ini meliputi peninjauan langsung di toko Makanan Ringan Snack “Pak Man” Desa Asam Jawa Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Tabel Kegiatan	Jadwal Kegiatan																			
		November 2022				Desember 2022				Januari 2023				Februari 2023				Maret 2023			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Permohonan Judul	■	■	■	■																
2	Pengajuan Surat Riset				■																
3	Penyusunan Proposal					■	■	■	■	■	■	■	■								
4	Bimbingan Proposal													■	■	■	■				
5	Seminar Proposal																	■			

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yang dilakukan oleh penulis dalam hal ini sebanyak 100 orang yang ditujukan pada konsumen toko Makanan Ringan Snack “Pak Man” Desa Asam Jawa Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan sehingga metode penarikan kesimpulan sampel digunakan dengan cara sensus, yang dimana seluruh jumlah populasi dapat dijadikan jumlah sampel dalam penelitian ini. Dimana dijelaskan menurut pendapat para ahli populasi adalah suatu tempat yang telah ditetapkan oleh seorang peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik sebuah kesimpulan yang dimana populasi ini terdiri obyek atau subyek pada suatu wilayah yang generalisasi dan mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. (Wibisono, 2013:80)

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Wibisono, (2015: 81). Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah menggunakan rumus slovin dengan pencarian sampel sebanyak 100.

$$N = \left\{ \frac{\left(\frac{Z_{\alpha/2} \cdot \sigma}{e} \right)^2}{e} \right\}_2$$

$$N = \left\{ \frac{(1,96 \cdot 0,025)^2}{5\%} \right\}_2$$

$$N = 96,04 \text{ dibulatkan } 100$$

Keterangan :

N = Jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$ = Tingkat Kepercayaan 95 %

C. Definisi Operasional Variabel

Didalam hal ini peneliti melakukan penelitian sebanyak 5 variabel yang terdiri atas hal berikut ini :

1. Variabel bebas atau (Variabel independen) ialah :
 - a) Harga (X_1)
 - b) *Word Of Mouth Marketing* (X_2)
 - c) Kualitas Produk (X_3)
 - d) Minat Beli (Y)
2. Variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel independen atau yang menjadi akibat adanya variable independen adalah variable terikat atau sering didebit dengan variable dependen. Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis variable dependen nya ialah minat beli konsumen (Y).

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Harga (X_1)	Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan serta penggunaan atas sebuah produk atau jasa (Dewi Sanjaya & Martono, 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 	Skala Likert

<p><i>Word Of Mouth Marketing</i> (X₂)</p>	<p><i>Word Of Mouth Marketing</i> adalah orang yang berbicara satu sama lain tentang pengalaman menggunakan suatu produk dan merekomendasikannya kepada orang lain sebagai pengganti pemasar yang melakukan pembicaraan tersebut dengan kata lain konsumen melakukan promosi tanpa terikat dengan perusahaan dan tanpa dibayar oleh perusahaan, konsumen biasanya hanya bercerita tentang pengalamannya menggunakan produk tertentu (Putra & Vipraprastha, 2022)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kemauan konsumen dalam membicarakan hal-hal positif tentang kualitas pelayanan dan produk kepada orang lain. 2) Rekomendasi jasa dan produk perusahaan kepada orang lain. 3) Dorongan terhadap teman atau relasi untuk melakukan pembelian terhadap produk dan jasa perusahaan. 	<p>Skala Likert</p>
<p>Kualitas Produk (X₃)</p>	<p>Kualitas produk adalah salah satu sarana <i>positioning</i> utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan (Wijaya & Sujana, 2020).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ciri-ciri produk 2. Prestasi 3. Ketetapan atau kesesuaian 4. Daya tahan 5. Keandalan 6. Gaya 7. Desain 	<p>Skala Likert</p>
<p>Minat Beli Konsumen (Y)</p>	<p>Minat beli konsumen adalah tahapan yang dilakukan konsumen sebelum merencanakan untuk membeli suatu produk. Sebuah perusahaan harus mampu mengenal dan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attention 2. Interest 3. Desire 4. Action 	<p>Skala Likert</p>

	mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen (Sopiyan, 2022)		
--	--	--	--

Sumber : Dewi Sanjaya & Martono, 2021, Putra & Vipraprastha, 2022, Wijaya & Sujana, 2020, Sopiyan, 2022 dan olah data tahun 2022

D. Jenis dan Sumber Data

Terdapat beberapa jenis dan sumber data yang penulis gunakan dalam melakukan penelitian ini diantaranya nya sebagai berikut :

1. Jenis data dan informasi yang secara langsung dikumpulkan dari *Snack Pak Man* yang terletak di Jalan Lintas Sumatera Desa Asam Jawa Aek Batu Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu selatan yang dimana data tersebut berkaitan dengan Harga (X_1), *Word Of Mouth Marketing* (X_2), Kualitas Produk (X_3) terhadap Minat Beli Konsumen (Y), yang dimana data tersebut adalah data primer dikatakan data primer karena seorang peneliti mendapatkan data dan informasi tersebut diperoleh dari objek penelitiannya.
2. Selain data primer terdapat juga data atau informasi tambahan yang dimana data tersebut diberikan oleh Toko *Snack Pak Man Labuhanbatu Selatan* yang terletak di JL. Lintas Sumatera Aek Batu Utara Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan, data tambahan tersebut mengenai contohnya gambaran umum perusahaan serta bacaan bacaan pustaka yang menunjang. Data tersebut disebut dengan Data Sekunder.

E. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa metode yang digunakan penulis dalam melakukan pengumpulan data dalam penelitian ini yang tentunya dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, objektif, dan akurat. Maka metode penelitiannya adalah sebagai berikut ini :

- a. Melakukan pengumpulan data dengan membaca literature- literature yang erat kaitannya dengan suatu masalah yang diteliti, hal ini disebut dengan Melakukan riset kepustakaan.
1. Adanya pembagian suatu angket atau kuisisioner yang berupa berisi sebuah beberapa pertanyaan yang dapat diisi dan dijawab para responden dengan menggunakan pengumpulan data skala likert sehingga memudahkan peneliti dalam mengkatagorikan berbagai pertanyaan yang ada. Hal ini disebut dengan riset lapangan.
2. Selanjutnya teknik pengumpulan data dan informasi melalui wawancara yang dimana untuk tujuan agar mendapatkan tambahan informasi yang lebih akurat yang dimana teknik wawancara ini dilakukan oleh percakapan dua arah yang eksklusif dengan para pegawai biasanya berkaitan dengan bidang personalia.
3. Dokumentasi merupakan bukti- bukti data atau informasi yang diabadikan dapat melalui foto, video, atau sejumlah dokumen yang sudah diarsipkan. Contohnya yang berkaitan dengan struktur organisasi pada Toko *Snack* Pak Man yang terletak di JL. Lintas Sumatera Aek Batu Utara Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

4. Pengamatan merupakan suatu tindakan melakukan pencatatan yang terstruktur terhadap objek penelitian yang dalam hal ini berkaitan dengan harga, *word of mouth marketing*, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen yang terletak di JL. Lintas Sumatera Aek Batu Utara Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan

F. Skala Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini penulis menggunakan skala likert dalam mengukur setiap variabel yang ada, agar dapat mengetahui pengukuran jawaban yang diberikan para responden yang berupa kuisisioner, dalam hal ini penulis menggunakan skala likert. Skala likert adalah alat untuk mengukur persepsi, sikap dan pendapat sekelompok orang atau seseorang itu sendiri tentang suatu fenomena yang ada. (Sugiyono, 2013). Dalam pengukuran jawaban responden, pengisian kuisisioner pengaruh harga, *word of mouth marketing*, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen diukur dengan skala likert.

Tabel 3.3
Pedoman Pemberian Skor

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Kurang Setuju	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat Setuju	5

G. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas merupakan alat pengukur yang dapat mengukur instrument penelitian yang akan diukur yang berfungsi untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur tersebut bekerja, hal ini dilakukan untuk mengetahui suatu data yang ada pada kuisisioner atau angket yang menyatakan bahwa data tersebut valid atau tidak. Hal ini dinyatakan oleh (Sugiyono, 2016).

Adapun dalam melakukan uji validitas didalam sebuah kuisisioner terdapat beberapa syarat sebagai berikut :

- 1) Apabila r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dapat dikatakan bahwa butir pertanyaan yang ada didalam suatu kuisisioner adalah valid atau validitas.
- 2) Apabila r_{hitung} negatif atau $r_{hitung} < r_{tabel}$ dapat dikatakan bahwa butir dari pertanyaan yang ada didalam suatu kuisisioner dikatakan valid atau validitas.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan uji validitas untuk mengetahui sejauh mana kelayakan suatu kuisisioner yang dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian. Dengan demikian, data data yang akan diperoleh dapat valid dan reliabel. Dalam penelitian ini, dalam melakukan uji validitas penulis menggunakan bantuan *software SPSS 23 for windows* dengan rumusan :

Nilai r_{tabel} didapat pada tabel statistik 0.05. Adapun penentu r_{tabel} sebagai berikut :

$$\begin{aligned} R_{\text{tabel}} &= n-2 \\ &= 100-2 \\ &= 98 \\ &= 0,312 \end{aligned}$$

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Indikator	Nilai r_{hitung}	Keterangan
Harga (X_1)	Pertanyaan 1	0,514	Valid
	Pertanyaan 2	0,640	Valid
	Pertanyaan 3	0,710	Valid
	Pertanyaan 4	0,735	Valid
<i>Word Of Mouth</i> Marketing (X_2)	Pertanyaan 1	0,664	Valid
	Pertanyaan 2	0,268	Valid
	Pertanyaan 3	0,469	Valid
Kualitas Produk (X_3)	Pertanyaan 1	0,575	Valid
	Pertanyaan 2	0,645	Valid
	Pertanyaan 3	0,467	Valid
	Pertanyaan 4	0,386	Valid
	Pertanyaan 5	0,713	Valid
	Pertanyaan 6	0,426	Valid
	Pertanyaan 7	0,389	Valid
Minat Beli Konsumen (Y)	Pertanyaan 1	0,623	Valid
	Pertanyaan 2	0,673	Valid
	Pertanyaan 3	0,672	Valid
	Pertanyaan 4	0,634	Valid

Olah Data SPSS Versi 23

Berdasarkan Tabel 3.4 menunjukkan bahwa hasil dari uji validitas instrumen penelitian dihasilkan bahwa semua instrument mulai dari variabel X_1 , X_2 , X_3 , dan Y dalam penelitian semuanya dinyatakan valid dan reliabel, hal ini di dapat dari keseluruhan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga layak digunakan dalam penelitian

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Suatu instrument penelitian yang dikatakan reliabel jika instrument tersebut dapat dipakai berulang kali untuk mengukur objek penelitian yang sama dan akan memberikan hasil data yang sama, karena reliabel adalah tingkah keandalan suatu instrument penelitian. (Sugiyono, 2016:110). Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas yang sudah valid, karena uji nreliabilitas dipakai untuk melihat sejauh mana konsistensi suatu alat ukur. Dimana alat ukur tersebut dapat diandalkan dan tetap konsisten apabila dilakukan pengukran ulang terhadap instrument penelitian.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Minat Beli Konsumen (Y)

Variabel	Nilai r_{hitung} reliabilitas	Keterangan
Harga (X_1)	0,624	Reliabel
<i>Word Of Mouth Marketing</i> (X_2)	0,287	Reliabel
Kualitas Produk (X_3)	0,443	Reliabel
Minat Beli Konsumen (Y)	0,651	Reliabel

Olah Data SPSS Versi 23

Berdasarkan Tabel 3.5 menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas dinyatakan reliabel hal tersebut dapat dilihat dari nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian layak digunakan dalam penelitian.

H. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik analisis data diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Analisis Deskriptif

Suatu analisis yang dapat menyajikan gambaran secara umum terhadap populasi yang diteliti, terhadap objek yang diteliti melalui data sampel, hal ini merupakan pengertian dari analisis deskriptif.

Meskipun penelitian ini dimaksudkan untuk menguji Pengaruh Harga, *Word Of Mouth Marketing*, Kualitas Produk Terhadap Minat Konsumen pada Toko *Snack Pak Man* yang terletak di JL. Lintas Sumatera Aek Batu Utara Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan, namun untuk melengkapi pembahasan maka dilakukan pula analisis deskriptif dengan membuat distribusi frekuensi yang bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang Harga, *Word Of Mouth Marketing*, Kualitas Produk Terhadap Minat Konsumen apakah tergolong rendah, sedang, ataukah tinggi.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Penulis menganalisis dengan memakai metode analisis regresi linear berganda. Metode tersebut berfungsi untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini penulis

memakai analisis regresi berganda yang model tersebut memiliki bentuk persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Beli Konsumen

A = Konstanta

b_1 - b_2 - b_3 - b_4 - b_5 = Koefisien Regresi

X_1 = Harga

X_2 = *Word Of Mouth Marketing*

X_3 = Kualitas Produk

e = Standart Error

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian dipakai untuk melihat apakah suatu variabel independen bias digunakan untuk menebak variabel dependen. Sebelum melakukan uji hipotesis tentunya harus melewati tahap regresi berganda, setelah dapat persamaan dari regresi berganda maka dapat lanjut ke uji hipotesis.

Pengujian hipotesis tersebut dilakukan dengan uji statistik yaitu :

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial dalam suatu penelitian digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel terikat, hal tersebut biasanya dikenal dengan uji statistik t.

Kriteria pengujiannya sebagai berikut :

Jika probabilitas (signifikansi) lebih besar dari 0,05 (α), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Jika probabilitas (signifikansi) lebih kecil dari 0,05 (α), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian :

H_0 diterima dan H_a ditolak jika t hitung kurang dari t tabel. Artinya variabel independen tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

H_0 ditolak dan H_a diterima jika t hitung lebih besar dari t tabel. Artinya variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Dalam suatu penelitian biasanya uji F memiliki fungsi untuk mengetahui apakah semua variabel bebas memberikan pengaruh secara simultan dan bersamaan terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria dalam pengujian ini adalah :

Apabila H_0 diterima yaitu apabila tingkat signifikansi F lebih besar 0,05 atau F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} .

Apabila H_0 ditolak yaitu apabila tingkat signifikan F lebih besar atau F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} .

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam suatu penelitian koefisien determinasi ini biasanya dipakai untuk mengukur seberapa tinggi daya instrument penelitian melalui acuan dalam

menerangkan variabel dependen. Hal tersebut dapat dihitung dengan rumusan sebagai berikut :

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

Dimana :

D : Koefisien Determinasi

r : Koefisien Koreksi

Dari rumus dapat diambil kesimpulan bahwa :

Dari rumus diatas dapat menerangkan bahwa semakin kuatnya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, Apabila r mendekati satu bisa dikatakan bahwa keterikatan varuabel independen dan variabel dependen.