

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu angka (nilai atau skor, dan frekuensi) yang dianalisis secara statistik dengan SPSS untuk menjawab pertanyaan penelitian dan hipotesis tertentu serta untuk memprediksi bahwa suatu variabel tertentu akan memengaruhi variabel lainnya dengan syarat sampel yang diambil harus representatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian sampel besar.⁵⁶

Field research (penelitian lapangan) merupakan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. *Field research* (penelitian lapangan) ini adalah suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengambil data dari lapangan secara langsung dengan mendatangi responden.⁵⁷ Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti data yang empiris, menjelaskan tentang “Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Batik Mlatiharjan Demak”.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan dari elemen-elemen yang mempunyai ciri-ciri tertentu dan dapat digunakan untuk menarik kesimpulan. Dengan demikian, kumpulan elemen adalah menunjukkan jumlah, sedangkan karakteristik tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu.⁵⁸ Populasi adalah semua data yang menjadi perhatian kita dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan. Jika setiap orang memberikan suatu data, maka banyaknya ukuran populasi akan sama dengan banyaknya manusia. Populasi yaitu

⁵⁶ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 5.

⁵⁷ Slamet Riyanto & Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 4.

⁵⁸ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 87.

keseluruhan subjek penelitian.⁵⁹ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau calon konsumen Batik Mltiharjan Demak yang jumlahnya tidak terhitung.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari karakteristik dan jumlah dari populasi. Sampel penelitian memiliki karakteristik yang mirip atau mendekati karakteristik populasi, sehingga sampel yang digunakan dapat mewakili populasi yang diamati.⁶⁰ Cara pengambilan sampel populasi dapat dilakukan dengan memperhatikan unsur peluang atau tidak. Jika proses pengambilan sampel memperhatikan unsur peluang, maka jenis pengambilan sampelnya disebut *sampling* peluang (*probability sampling*) atau cara pengambilan secara acak. Jika proses pengambilan sampel tidak memperhatikan unsur peluang, maka jenis pengambilan sampel ini disebut sampel non peluang (*non probability sampling*).⁶¹

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dan pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara kebetulan. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui secara pasti.⁶² Untuk menghitung jumlah sampel dengan populasi yang tidak diketahui secara pasti dapat menggunakan rumus Lemeshow, sebagai berikut :⁶³

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

⁵⁹ I Made Sudarma Adiputra, dkk, *Statistik Kesehatan Teori Dan Aplikasi* (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), 25, [https://www.google.co.id/books/edition/Statistik_Kesehatan_Teori_dan_Aplikasi/XhgtEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=populasi+adalah&pg=PA25&printsec=f](https://www.google.co.id/books/edition/Statistik_Kesehatan_Teori_dan_Aplikasi/XhgtEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=populasi+adalah&pg=PA25&printsec=frontcover)

⁶⁰ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 12.

⁶¹ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 88–89.

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 81.

⁶³ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*, 14.

- Z : Skor z pada kepercayaan 90% = 1,64
 P : Maksimal estimasi = 0,5
 d : Tingkat kesalahan 10 % atau 0,01

$$n = \frac{1,64^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{2,6896 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 67,24$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh besarnya sampel sebanyak 67,24 responden atau dapat dibulatkan menjadi 68 responden. Jadi, jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 68 responden.

C. Identifikasi variabel

Pada dasarnya variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditentukan oleh peneliti dalam penelitian untuk memperoleh informasi tentangnya dan menarik kesimpulan. Jenis-jenis variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen

Variabel bebas ini sering disebut variabel stimulus, predator, antecedent. Variabel bebas adalah variabel yang menyebabkan atau mempengaruhi perubahan atau munculnya variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebasnya adalah Diferensiasi Produk (X1), Harga (X2), Kualitas Produk (X3).

2. Variabel Dependen

Dalam bahasa Indonesia variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas (independent).⁶⁴ Variabel dependen pada penelitian ini adalah minat beli konsumen.

D. Variabel Operasional

Variabel operasional dapat di definisikan sebagai alat untuk mengukur variabel, atau sebagai petunjuk manual tentang cara mengukur variabel. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen.

⁶⁴ Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Kencana, 2016), 49.

1. Variabel Independen
Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi, menyebabkan, atau mengubah variabel terikat. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah diferensiasi produk, harga dan kualitas produk.
2. Variabel Dependen
Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel independen. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat beli.⁶⁵ Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Diferensiasi Produk	Diferensiasi produk adalah tindakan memodifikasi produk agar lebih menarik. Diferensiasi membutuhkan riset pasar yang serius untuk benar-benar membedakan dan memahami produk pesaing.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Form</i> (bentuk) 2. <i>Feature</i> (keistimewaan) 3. <i>Performance Quality</i> (kualitas kinerja) 4. <i>Design</i> (rancangan) 	<i>Likert</i>
2.	Harga	Harga (<i>price</i>) adalah suatu nilai tukar yang dapat ditukarkan dengan uang atau barang lain untuk keuntungan yang diperoleh pada waktu dan tempat tertentu dari suatu barang atau jasa kepada seseorang atau sekelompok orang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga terjangkau 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 5. Potongan harga 	<i>Likert</i>
3.	Kualitas Produk	Kualitas produk adalah kesesuaian dan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk yang baik 	<i>Likert</i>

⁶⁵ Andrew Fernando Pakpahan, dkk, *Metodologi Penelitian Ilmiah* (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), 63.

		kecocokan dengan spesifikasi dan standar yang berlaku, memuaskan atau sesuai dengan tujuan, mampu memenuhi kebutuhan, kebutuhan dan harapan dengan biaya yang kompetitif.	<p>dibandingkan dengan produk lain.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Kualitas Kesesuaian 3. Daya tahan produk 4. Kualitas produk sesuai dengan spesifikasi dari produsen. 	
4.	Minat Beli	Minat beli adalah sikap konsumen yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek yang menyatakan kesediaan untuk membeli, oleh karena itu, minat beli adalah kesungguhan untuk memiliki sesuatu dengan mengorbankan pengorbanan ketika minat beli timbul karena konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang diberikan perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transaksional 2. Referensial 3. Preferensial 4. Eksploratif 5. Mendapatkan informasi dari konsumen 	<i>Likert</i>

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah alat untuk mengumpulkan informasi dari responden, kuesioner adalah alat untuk mengukur konsep dan variabel dalam desain kuesioner. Kuesioner adalah dokumen penelitian yang terdiri dari serangkaian pertanyaan terstruktur, pertanyaan-pertanyaan tersebut menuntut responden untuk memperoleh informasi dari responden, informasi tersebut diubah menjadi informasi untuk mencapai tujuan penelitian, dan informasi yang

diperoleh harus relevan dan akurat.⁶⁶ Metode ini digunakan untuk memperoleh data konsumen Batik Mlatiharjan. Kuesioner disusun menggunakan skala likert (*likert scale*), dimana masing-masing menggunakan opsi untuk memperoleh informasi subjektif dan diberi skor sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skor Penilaian

No	Jawaban	Bobot
1	Sangat setuju (SS)	diberi skor 5
2	Setuju (S)	diberi skor 4
3	Netral (N)	diberi skor 3
4	Tidak setuju (TS)	diberi skor 2
5	Sangat tidak setuju (STS)	diberi skor 1

2. Observasi

Observasi adalah cara pengumpulan data melalui proses sistematis merekam tingkah laku suatu subjek (orang), objek (benda) atau peristiwa tanpa ada pertanyaan atau komunikasi dengan orang yang d.⁶⁷ Observasi merupakan tindakan mengamati secara seksama suatu objek secara langsung di lapangan.⁶⁸ Observasi adalah teknik mengamati suatu kegiatan dalam mengumpulkan data. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik observasi secara langsung, dimana peneliti terjun langsung sebagai pelanggan atau hanya sekedar main di tempat observasi.

3. Dokumentasi

Cara dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber.⁶⁹ Metode dokumentasi adalah cara pengumpulan informasi yang dilakukan oleh peneliti melalui pengumpulan semua dokumen yang berhubungan dengan penelitian yang

⁶⁶ Ujang Sumarwan, dkk, *Riset Pemasaran Dan Konsumen: Panduan Riset Dan Kajian: Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas, Dan Persepsi Risiko* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2011), 66.

⁶⁷ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 111.

⁶⁸ Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 51.

⁶⁹ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 114.

dilakukan. Dokumentasi ini berasal dari penelitian yang berupa foto atau gambar dan sejenisnya, yang penulis gunakan sebagai data pendukung dalam penelitian. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian.⁷⁰

F. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam analisis ini adalah metode analisis kuantitatif. Dengan cara ini diharapkan bisa mencapai tujuan dari dilaksanakannya penelitian yaitu untuk menganalisa pengaruh diferensiasi produk, harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Batik Mlatiharjan. Berikut ini adalah urutan dari analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini:

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur seberapa akurat suatu uji melakukan fungsinya apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar dapat mengukur apa yang perlu diukur. Uji validitas bertujuan untuk mengukur seberapa valid atau tidaknya suatu kuesioner. Pada dasarnya uji validitas mengukur valid atau tidaknya dari setiap pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam sebuah penelitian. Kriteria uji validitas adalah membandingkan nilai r_{hitung} (*person correlation*) dengan nilai r_{tabel} . Nilai r_{hitung} (*person correlation*) ini selanjutnya akan digunakan sebagai acuan yang menunjukkan valid tidaknya item pertanyaan yang digunakan untuk mendukung penelitian, maka akan dicari dengan membandingkan nilai r_{hitung} terhadap nilai r_{tabel} nya.

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,10. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut.⁷¹

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig 0,10) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

⁷⁰ Nurhadi, dkk, *Metode Penelitian Ekonomi Islam* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), 133.

⁷¹ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS* (Jakarta: Guepedia, 2021), 7–8.

2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig 0,10) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu alat ukur untuk menghitung kuesioner yang menjadi indikator dalam suatu variabel. Apabila jawaban dari orang-orang cenderung lebih konsisten, maka pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat dikatakan reliabel. Mengukur reliabilitas pertanyaan melalui penyebaran kuesioner kepada responden akan dikalkulasikan korelasi antara skor jawaban pertanyaan yang sama melalui aplikasi SPSS, variabel yang dinyatakan reliabel apabila skor para perhitungan *Cronbach Alpha* $> 0,60$.⁷² Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:⁷³

$$R_{xy} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Dimana:

R_{xy} : Reliabilitas instrument

K^2 : Variasi butir pertanyaan

σ_t^2 : Varian total

$\sum \sigma_b^2$: Jumlah varian butiran

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah adanya hubungan linier yang pasti dengan variabel bebas. Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji hubungan antar variabel bebas dalam model regresi. Untuk mengetahui apakah terdapat masalah multikolinieritas, dapat menggunakan nilai *Variance Inflation Factory* (VIF) dan nilai *tolerance*. Jika nilai VIF < 10 dan nilai toleransi $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas.⁷⁴

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana terdapat ketidaksamaan sebaran residual untuk

⁷² Husein Umar, *Metode Riset Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2002), 101–102.

⁷³ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, 125.

⁷⁴ Agus Purwoto, *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial* (Jakarta: Grasindo, 2007), 97.

semua pengamatan dalam model regresi. Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi memiliki varian atau tidak. Jika terdapat varian residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya disebut homokedastisitas, jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot*. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki homokedastisitas atau tidak ada perubahan variasi. Dalam pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah:

- 1) Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu secara teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), hal ini menunjukkan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Apabila tidak ada pola yang jelas dan titik-titik membentang di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁷⁵

c. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji normal atau tidaknya model regresi variabel bebas independen dengan variabel dependen. Distribusi data yang normal atau mendekati normal merupakan model regresi yang baik. Untuk mengetahui apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara:

- 1) Melihat grafik yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal.
- 2) Dengan melihat grafik probabilitas normal yang membandingkan distribusi kumulatif dari kata-kata yang benar dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusinya normal, garis yang mewakili data aktual akan mengikuti garis diagonalnya.⁷⁶

3. Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel

⁷⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2011), 44–45.

⁷⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Bandung: Badan Penerbit Undip, 2002), 74.

dependen maka diperlukan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda merupakan hubungan secara linier antara dua atau lebih dengan variabel dependen. Dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dengan persamaan sebagai berikut:⁷⁷

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

Dimana:

- X_1 : Minat beli konsumen
 a : Konstanta
 b_1 : Koefisien regresi
 X_1 : Diferensiasi Produk
 X_2 : Harga
 X_3 : Kualitas Produk

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan suatu ukuran yang dipakai untuk melihat persentase pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Koefisien determinasi R^2 memiliki kegunaan untuk:

- 1) Sebagai tolak ukur untuk menentukan atau menyesuaikan garis regresi yang terbentuk dari hasil evaluasi kelompok data yang dipertimbangkan. Semakin tinggi nilai R, semakin baik garis regresinya. Sebaliknya, semakin kecil nilai R maka semakin kecil garis regresi pada data yang diamati.
- 2) Mengukur besar proporsi (presentase) jumlah varian Y yang dijelaskan oleh model regresi atau untuk mengukur kontribusi variabel penjelas X terhadap keragaman variabel respon Y.⁷⁸

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 1999), 277.

⁷⁸ Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), 259, https://www.google.co.id/books/edition/Metode_statistika_untuk_bisnis_dan_ekonomi/saZED8D4mpsC?hl=id&gbpv=1&dq=koefisien+determinasi&pg=PA259&printsec=frontcover.

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikansi simultan (uji-F) dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji-F diperoleh dengan membandingkan nilai F_{hitung} terhadap F_{tabel} dan membandingkan probabilitas dengan nilai signifikan (0,10). Dalam hal ini untuk mengetahui apakah variabel diferensiasi produk, harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan atau tidak terhadap minat beli. Dasar pengambilan keputusan Uji F dilakukan dengan cara:⁷⁹

- 1) Dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel}
 - a) H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 10\%$
 - b) H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 10\%$
- 2) Dengan berdasarkan angka signifikansi
 - a) H_0 diterima jika angka signifikansi $> 0,10$
 - b) H_0 ditolak jika angka signifikansi $< 0,10$

d. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji signifikansi parsial (Uji T) dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen. Hasil uji-T ditentukan dengan membandingkan probabilitas variabel independen dengan tingkat signifikansi (0,10).⁸⁰

Dasar pengambilan keputusan Uji T dilakukan dengan cara:

- 1) Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel}
 - a) H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 10\%$
 - b) H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 10\%$
- 2) Dengan menggunakan angka signifikansi
 - a) H_0 diterima jika angka signifikansi $> 0,10$
 - b) H_0 ditolak jika angka signifikansi $< 0,10$

⁷⁹ Ana Sopanah, dkk, *Isu Kontemporer Akuntansi Publik* (Surabaya: Scorpindo Media Pustaka, 2020), 68.

⁸⁰ Amrie Firmansyah dan Gitty Ajeng Triastie, *Bagaimana Peran Tata Kelola Perusahaan Dalam Penghindaran Pajak, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Pengungkapan Risiko, Efisiensi Investasi* (Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2021), 70.