

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Waktu dan lokasi penelitian

Waktu pelaksanaan dari penelitian ini dimulai dari bulan Januari 2023 sampai dengan bulan Mei 2023. Penelitian ini dilakukan pada usaha Temberes (tempat ikan) di Desa Panjunan, Kecamatan Duduksampeyan, Kabupaten Gresik.

#### 3.2 Jenis Penelitian

Penelitian merupakan proses pengumpulan informasi atau data dengan tujuan meningkatkan dan mengembangkan sebuah penyelidikan. Jenis pendekatan yang dilakukan oleh penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015: 8) pendekatan kuantitatif adalah metode dengan dilandasi pada filsafat positif yang berguna untuk meneliti sampel tertentu, pengumpulan dan menganalisis data berdasarkan sifat yakni kuantitatif atau statistik, dengan menggunakan jenis penelitian penjelasan. Penelitian eksplanasi merupakan penelitian dengan menggunakan data dan menjelaskan hubungan antar variabel melalui uji hipotesis. Sedangkan metode yang digunakan yakni suvey dengan pengambilan data atau informasi langsung menggunakan kuisioner.

#### 3.3 Teknik Penarikan Sempel

##### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015: 80) Populasi dapat diartikan sebagai suatu wilayah abstraksi yang meliputi obyek maupun subjek yang memiliki kualitas karakteristik tertentu. Peneliti menetapkan untuk mempelajari dan menarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini populasi yang diperoleh dari pelanggan usaha Tembres (tempat ikan) sebanyak 205 konsumen.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015: 81) Sampel merupakan bagian dari banyaknya populasi yang memiliki karakteristik. Jika populasi terlalu besar dan peneliti mendapatkan kesulitan ketika ingin meneliti, maka peneliti dapat menggunakan sampel sebagai cara untuk memperkecil banyaknya populasi maka dari itu sampel yang dipilih harus representatif.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari konsumen Tembres (tempat ikan). Dari banyaknya populasi diatas, maka jumlah sampel yang peneliti ambil yakni 205 konsumen. Jumlah ini berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \frac{n}{1+N (0,05)^2} \\n &= \frac{205}{1+205 (0,05)^2} \\n &= \frac{205}{1+0,5125} \\&= \frac{205}{1,5125} \\&= 135,573 = 135\end{aligned}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = presentasi ketidak pastian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat dimaafkan

### 3.3.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2015:116) teknik sampling merupakan teknik dengan pengambilan sampel yang paling biasa yakni mengambil sampel dari populasi secara acak tanpa melihat level dalam populasi tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 136.

## 3.4 Metode pengumpulan Data

### 3.4.1 Sumber data

Definisi data merupakan sesuatu hal yang belum mempunyai arti dan memerlukan adanya pengolahan kembali. Data biasa berwujud angka, gambar, huruf ataupun simbol-simbol yang bisa digunakan sebagai alat untuk melihat kejadian ataupun konsep. Jenis data dibagi menjadi 2 yaitu:

#### a. Data primer

Menurut Sugiyono (2015:137) data primer adalah data yang didapatkan dari teknik pengumpulan data secara langsung seperti kuesioner, wawancara dan *survey*

#### b. Data sekunder

Menurut Sugiyono (2015:137) data sekunder merupakan data yang diperoleh dari dokumen yang sudah dibuat atau sudah *dipublikasikan* oleh perusahaan seperti data asal usul tempat wisata

### 3.4.2 Instrumen penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung pada objek kajian penelitian. Menurut Sugiyono (2017:203), observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik lainnya. Tujuan dari observasi adalah agar peneliti dapat mengetahui perilaku konsumen pada usaha UMKM Tembres di Desa Panjuran Kecamatan Dudusampeyan Gresik

#### 2. Wawancara

Teknik Wawancara. Menurut Sugiyono (2010:194), Pengertian wawancara sebagai berikut. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

#### 3. Kuesioner

Teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner baik secara langsung atau *online*. Kuesioner adalah salah satu instrumen yang dimanfaatkan guna mengumpulkan data dengan melakukan penyebaran seperangkat pertanyaan terstruktur tertulis melalui media kertas ataupun digital kepada responden. Menurut sugiyono (2015:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi

seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2015:93). Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Data yang telah terkumpul melalui angket, kemudian penulis olah ke dalam bentuk, yaitu dengan cara menetapkan skor jawaban dari pernyataan yang telah dijawab oleh responden, dimana pemberian skor tersebut didasarkan pada ketentuan Sugiyono (2015:94)

Tabel 3.1 Skor Angket

No	Skala	Simbol	Nilai
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Ragu-Ragu	R	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

*Sumber : Sugiyono , 2015*

### 3.5 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2016:38) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut,kemudian ditarik kesimpulannya.

## 1. Variabel independen atau variabel bebas (X)

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. Strategi Marketing(X1)

Strategi marketing adalah logika dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi customer dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan (kotler,2012)

Indikator dari Strategi marketing yaitu:

1. Daur hidup produk
2. Posisi persaingan perusahaan di pasar
3. Situasi ekonomi

### b. Kepercayaan (X2)

Menurut Mowen (2017) Kepercayaan dapat diartikan sebagai semua keyakinan disertai pengetahuan yang dimiliki oleh pihak konsumen dengan membuat kesimpulan menurut konsumen itu sendiri. Indikator yang diperoleh dalam studi Sholihin (2020) diturunkan dari dimensi Robbin (2007) yang terdiri dari:

1. Integritas
2. konsistensi
3. loyalitas
4. kompetensi
5. keterbukaan

## 2. Variabel dependen atau variabel Terikat ( Y)

Menurut Sugiyono (2017:39), “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 177) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Terdapat tiga (3) indikator dalam variabel Keputusan Pembelian sebagai berikut: (kotler, 2012, Nurdin, 2021)

- a. Kemantapan Pada Produk
- b. Kebiasaan Membeli Produk
- c. Kecepatan Membeli Produk

## 3.6 Metode Analisis Data

### 3.6.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:125) bahwa validitas adalah alat ukur untuk mengetahui data yang diteliti apakah valid atau tidak valid dalam suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diukur serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang diberikan kepada responden, kemudian dilakukan pengujian terhadap instrumen untuk mengukur tingkat kebaikan instrumen maka dapat dilakukan analisis validitas dan reliabilitas. Validitas menunjukkan sejauh mana

relevansi pertanyaan terhadap apa yang ditanyakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian. Untuk menentukan ke validan dari item kuesioner digunakan metode korelasi product moment yaitu dengan mengkorelasikan skor total yang dihasilkan oleh masing-masing responden dengan skor masing-masing item dengan rumus :

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

Keterangan :

$r_{XY}$  = Koefisien korelasi (validitas) item yang dicari

$n$  = Jumlah sampel/responden

$\sum X$  = Jumlah skor pertanyaan ke-X

$\sum Y$  = Jumlah skor total

$\sum XY$  = Jumlah skor total dikali dengan skor pertanyaan

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat skor pertanyaan

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat skor total

Menurut Sugiyono (2017:179) bahwa kaidah keputusan dari hasil perhitungan korelasi dinyatakan sebagai berikut:

- Jika  $r$  dihitung  $> r$  kritis atau bila nilai korelasi lebih kecil dari berarti valid.
- Jika  $r$  dihitung  $< r$  kritis bila nilai korelasi kurang dari berarti tidak valid.

### 3.6.2. 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. Untuk uji reliabilitas digunakan metode menggunakan rumus koefisien Alpha Cronbach :

$$n = \sum \sigma b^2$$

$$r = \frac{\sum \sigma b^2}{(n - 1) [1 - \sigma t^2]}$$

Keterangan:

$r$  = koefisien reliabilitas konsumen

$n$  = jumlah responden

$\sum \sigma b^2$  = jumlah varian skor-skor tiap item

$\sigma t^2$  = varian totala.

- a. Jika nilai Cronbach Alpha hasil perhitungan  $> 0,60$  maka dapat dikatakan bahwa variabel penelitian adalah reliabel.
- b. Jika nilai Cronbach Alpha hasil perhitungan  $< 0,60$  maka dapat dikatakan bahwa variabel penelitian tidak reliabel.

### 3.6.3. Uji Asumsi lasik

Menurut Ghozali (2018:159) uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dilakukan pada analisa regresi linier berganda yang berbasis ordinary lest square. Dalam OLS hanya terdapat satu variabel dependen, sedangkan dalam variabel independen berjumlah lebih dari satu. Untuk menentukan ketepatan model perlu dilakukan pengujian atas beberapa

asumsi klasik, diantaranya uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

#### 1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali,(2018:161) uji normalitas merupakan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu (residual) memiliki distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan alat uji Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 dengan dasar pengambilan keputusan

- a. Angka signifikansi Uji Kolmogorov- Smirnov Sign  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal.
- b. Angka signifikansi Uji Kolmogorov-Smirnov Sign  $< 0,05$  maka data berdistribusi tidak normal

#### 2. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali, (2018;107) Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Deteksi untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF), dan nilai tolerance. Uji ini menggunakan uji VIF (Variance Inflation Factor). Jika  $VIF < 10$  dan nilai tolerance  $\geq 0,10$  maka regresi bebas dari multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali, 2018:137) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik menyaratkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas. Dalam pengujian ini peneliti menggunakan uji scatterplot sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 4. Uji Autokorelasi

Menurut Imam Ghozali (2018: 111), uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier memiliki korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, disebut problem korelasi. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah Durbin-Waston (DW test).

Pengambilan keputusan pada uji Durbin-Waston adalah sebagai berikut:

- a).  $d_u < d_w < 4 - d_u$ , maka  $H_0$  diterima, artinya tidak ada korelasi.
- b).  $d_w < d_l$  atau  $d_w > 4 - d_l$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya ada korelasi.
- c).  $d_l < d_w < d_l$  atau  $4 - d_u < d_w < 4 - d_l$ , artinya tidak ada kepastian (kesimpulan yang pasti).

### 3.6.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu teknik statistika yang digunakan untuk mencari persamaan regresi yang bermanfaat untuk meramal nilai variabel dependen berdasarkan nilai-nilai variabel independen dan mencari kemungkinan kesalahan dan menganalisa hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen baik secara simultan maupun parsial. Analisis regresi linier berganda (Sugiyono, 2010 ): 276) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

a, b = Koefisien regresi

X1 = Strategi Marketing

X2 = Kepercayaan

### 3.6.1. Uji Korelasi Berganda

Menurut Sugiyono, (2009:292) Korelasi berganda merupakan untuk mengetahui besarnya hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen digunakan analisis korelasi berganda. Rumus yang digunakan adalah:

$$R^2 = b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum \sum Y x_2 y$$

Keterangan :

R<sup>2</sup> : Koefisien korelasi berganda

Y : Keputusan pembelian

X1 : Strategi Marketing

X2 : Kepercayaan Pelanggan

b1 : Koefisien regresi X1 b2 : Koefisien regresi X2

### 3.6.5. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018:97) koefisien determinasi merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Koefisien determinasi (Uji R<sup>2</sup>) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. R<sup>2</sup> mempunyai interval antara 0 sampai 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Semakin besar R<sup>2</sup> (mendekati 1) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Namun jika semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen. Berikut Rumusnya:  $KD = (r^2) \times 100\%$

### 3.6.6. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

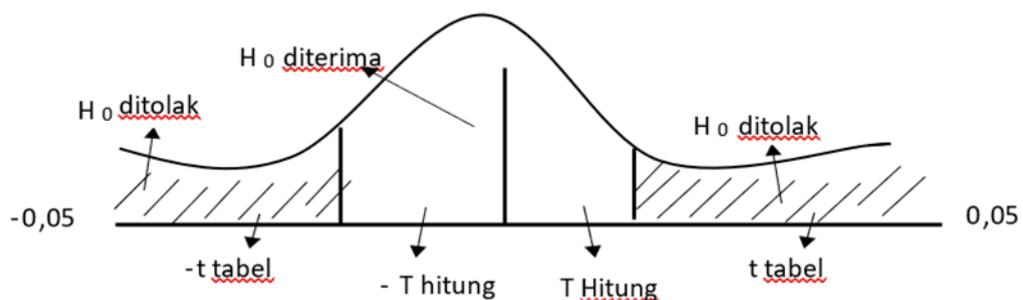
Uji t (Uji Parsial) Menurut Ghozali (2018:98), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Sebelum mengetahui hasil uji t maka diperlukan mengetahui nilai t tabel terlebih dahulu. Dalam penelitian ini hipotesis yang digunakan dalam pengujian adalah:

#### 1. Perumusan hipotesis

H0: variabel dependen (ukuran perusahaan, konsentrasi kepemilikan, dan profitabilitas) tidak berpengaruh terhadap variabel independen (pengungkapan aset biologis)

Ha: variabel independen (pengungkapan asset biologis) berpengaruh terhadap variabel dependen (ukuran perusahaan, konsentrasi kepemilikan, dan profitabilitas).

2. Kriteria pengambilan keputusan
  - a. Apabila nilai probabilitas (sig) > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak.
  - b. Apabila nilai probabilitas (sig) ≤ 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima
3. Daerah penolakan dan penerimaan



3.1 Gambar Kurva Uji t

### 3.6.7. Uji Signifikansi Pengaruh simultan (Uji F)

Menurut Ghozali, (2009:179) Uji statistik F pada dasarnya adalah untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang di masukkan dalam model memiliki hubungan secara bersama-sama terhadap variabel dependen .

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara serempak. Pengujian

tersebut dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel.

Dengan menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05 dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti ada pengaruh antara harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.
2. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh antara harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Nilai F dapat dihitung dengan rumus :

$$F_{test} = \frac{(1 - R^2) / (n - k - 1)}{R^2 / (k - 1)}$$

Keterangan :

$R^2$  = Koefisien korelasi

$n$  = Jumlah data

$k$  = Jumlah variabel independen

Sedangkan untuk mengetahui nilai F tabel adalah menentukan *degree of freedom* dari nilai  $\alpha$ . Degree of freedom adalah  $k - 1$  (horizontal) dan  $n - k$  (vertikal)

### 3.2 Gambar Uji Simultan

