

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015:11) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel inovasi produk, kualitas bahan baku, dan cita rasa terhadap variabel dependen yaitu minat beli pelanggan (Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh parsial maupun simultan antara variabel independen yaitu inovasi produk (X_1), kualitas produk (X_2), dan cita rasa (X_3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu minat beli.

3.2. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini antara lain variabel independen yaitu inovasi produk (X_1), kualitas produk (X_2), dan cita rasa (X_3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu minat beli.

Adapun pertimbangan peneliti dalam menentukan objek penelitian yaitu berdasarkan perkembangan makanan dan minuman saat ini membuat bisnis

bakery berkembang begitu pesat sehingga setiap perusahaan khususnya di bidang bakery harus mampu bersaing dan berlomba dengan perusahaan sejenis maupun perusahaan yang tidak sejenis dalam mempertahankan pelanggan agar usahanya dapat berjalan dan berkembang dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, kualitas bahan baku dan cita rasa terhadap minat beli pelanggan baik secara parsial maupun simultan.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder, antara lain:

a. Data Primer

Menurut Indriantoro & Supomo (2011:146), data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung tanpa melalui media perantara. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil dari kuesioner yang telah diisi oleh responden yaitu pelanggan produk roti tawar Roti & Kue Mak Phie Lumajang.

b. Data Sekunder

Menurut Indriantoro & Supomo (2011:147), data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Data sekunder dalam

penelitian ini berupa buku-buku, dokumen, media internet dan literatur lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian. Data diperoleh dari teori-teori tentang variabel independen inovasi produk, kualitas produk, dan cita rasa terhadap variabel dependen yaitu minat beli.

3.3.2. Sumber Data

a. Data Internal

Menurut Suryani & Hendryadi (2015:170), data internal adalah data yang menggambarkan keadaan didalam sebuah organisasi. Data internal meliputi data personalia, data keuangan, data inventaris, data produksi, data penjualan, dan sebagainya.

Data internal merupakan data yang menggambarkan situasi dan kondisi pada suatu organisasi secara internal. Data internal dalam penelitian ini adalah profil produk roti tawar di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang yang bersumber dari *owner* atau pemilik toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang.

b. Data Eksternal

Menurut Suryani & Hendryadi (2015:171), data eksternal menggambarkan keadaan diluar sebuah organisasi. Data eksternal meliputi tingkat daya beli masyarakat, perkembangan harga, data konsumsi, sikap konsumen, kepuasan konsumen, prefrensi merek, dan sebagainya.

Data eksternal dalam penelitian ini berupa buku-buku, dokumen, media internet dan literatur lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian. Data diperoleh dari teori-teori tentang variabel independen inovasi produk, kualitas produk, dan cita rasa terhadap variabel dependen yaitu minat beli.

3.4. Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:148), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan Indriantoro & Supomo (2011:115) menjelaskan, populasi merupakan sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu.

Dalam penelitian ini jumlah rata-rata populasi sebesar 1250 orang/bulan yang melakukan pembelian roti tawar di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang.

3.4.2. Sampel dan Teknik *Sampling*

Menurut Sugiyono (2015:149), 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.

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian produk roti tawar pada toko Roti & Kue Mak Phie setidaknya dua kali.

Menurut Sugiyono (2015:150), teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Pada dasarnya

teknik sampling terbagi menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

Sugiyono (2015:151) berpendapat bahwa, *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan simple random sampling dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Penentuan metode ukuran sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode *slovin*. Menurut Siregar (2015:34) adapun rumus dari teknik *slovin* adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan

$$\begin{aligned} n &= \frac{1250}{1+1250(0,1)^2} \\ &= 92,592 = 93 \end{aligned}$$

Jadi, teknik yang digunakan dalam menentukan ukuran atau jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik atau metode *slovin*, dengan hasil berjumlah 93 responden atau sampel.

3.5. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:66) menyatakan bahwa, variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian terdiri dari 2 (dua) variabel, yaitu:

a. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2017:68) mendefinisikan, variabel independen disebut juga sebagai stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa lain variabel independen disebut sebagai variabel bebas yang memiliki arti sebagai variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel ini dilambangkan dengan X ini memiliki pengaruh positif maupun negatif terhadap variabel dependennya. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu:

- 1) Inovasi produk (X_1)
- 2) Kualitas produk (X_2)
- 3) Cita rasa (X_3)

b. Variabel Dependen

Sugiyono (2017:68) menjelaskan bahwa, variabel dependen juga disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen dan variabel terikat. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena

adanya variabel bebas. Dalam penelitian yang menjadi variabel dependen yaitu minat beli pelanggan.

3.5.2. Definisi Konseptual

a. Inovasi Produk

Menurut Dhewanto, Indradewa, Ulfah & Rahmawati (2015:105) mendefinisikan inovasi produk sebagai sebagai sebuah pengenalan atas barang atau jasa yang baru dengan peningkatan karakteristik atau kegunaan produk tersebut juga dianggap sebagai nilai tambah hasil dari inovasi produk yang dilakukan perusahaan.

b. Kualitas Produk

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:115) menyatakan bahwa kualitas produk sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

c. Cita Rasa

Wulandari & Susanto (2020:18) memaparkan bahwa cita rasa adalah cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (*taste*) makanan tersebut.

d. Minat Beli

Priansa (2017:164), minat pembelian merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.

3.5.3. Definisi Operasional

a. Inovasi Produk

Menurut Dhewanto, Indradewa, Ulfah & Rahmawati (2015:115) inovasi produk memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

1) Perubahan desain

Perubahan desain pada kemasan suatu produk dapat menampilkan atribut unik pada suatu produk, memperkuat nilai (*value*) produk dan mempertahankan keseragaman dalam kesatuan merek produk.

2) Inovasi teknis

Inovasi teknis dapat berupa modifikasi dari produk atau proses yang ada dengan perubahan bahan olahan/bahan baku untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

3) Pengembangan produk

Produk yang ada di pasaran saat ini tidak akan selamanya bertahan sesuai harapan produsen sehingga memerlukan perubahan yang cepat dan tepat terhadap selera, teknologi dan persaingan antar perusahaan .

Berdasarkan indikator mengenai inovasi produk maka disusun pernyataan, sebagai berikut:

- 1) Toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang menjual roti tawar dengan kemasan yang menarik dan unik.
- 2) Roti tawar yang dijual di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang menggunakan bahan olahan yang terjamin kebersihannya.

- 3) Toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang selalu melakukan perbaikan produk agar lebih baik dan berkualitas.

b. Kualitas Produk

Menurut Tumanggor (2020:7), indikator dalam menentukan kualitas bahan baku, antara lain:

1) Kualitas Bahan

Barang-barang yang digunakan dalam proses produksi dengan tingkat mutu atau kandungan tertentu dan akan berpengaruh terhadap kualitas hasil produksi.

2) Ketersediaan bahan baku

Persediaan bahan baku digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan setiap waktu yang nantinya akan digunakan untuk proses produksi.

3) Waktu dan sumber bahan baku yang mudah di peroleh

Waktu tunggu atau disebut masa tenggang perusahaan dalam membeli kebutuhan bahan baku pada waktu yang tepat, akan meminimalkan kurangnya persediaan bahan baku yang nantinya akan berpengaruh terhadap keberlangsungan proses produksi.

4) Harga bahan baku relatif murah

Harga bahan baku berkaitan erat dengan biaya produksi terutama dengan biaya produksi variabel, harga bahan baku akan mempengaruhi harga jual produk

Berdasarkan indikator mengenai kualitas bahan baku maka disusun pernyataan, sebagai berikut:

- 1) Roti tawar yang dijual di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang menggunakan bahan baku yang berkualitas.
- 2) Bahan baku roti tawar pada toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang selalu tersedia.
- 3) Toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang selalu mempersiapkan stok bahan baku sehingga roti tawar tersedia sesuai jam buka dan tutup toko.
- 4) Bahan baku yang murah dan berkualitas membuat harga jual roti tawar di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang tergolong murah dan terjangkau.

c. Cita Rasa

Menurut Garrow & James (2010:124), cita rasa memiliki empat indikator antara lain:

1) Bau

Salah satu komponen cita rasa yang memberikan aroma atau bau, sehingga dapat diketahui rasa dari minuman atau makanan tersebut.

2) Rasa

Rasa berbeda dengan bau dan lebih banyak melibatkan panca indera lidah.

3) Rangsangan mulut

Komponen yang juga penting merupakan timbulnya perasaan seseorang setelah menelan suatu makanan karena makanan memiliki sifat merangsang syaraf perasa.

4) Tekstur dan konsistensi suatu bahan akan mempengaruhi

Cita rasa yang dirasakan dipengaruhi oleh tekstur dan konsistensi dari bahan.

Berdasarkan indikator mengenai cita rasa maka disusun pernyataan, sebagai berikut:

- 1) Roti tawar yang dijual di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang memiliki aroma yang harum.
- 2) Toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang menjual roti tawar dengan rasa yang enak.
- 3) Saya rasa roti tawar yang dijual di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang merupakan roti tawar yang enak.
- 4) Roti tawar yang dijual di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang memiliki tekstur yang lembut.

d. Minat Beli

Menurut Priansa (2017:168), minat pembelian dapat diukur dengan berbagai indikator. Indikator minat beli terbagi menjadi empat, yaitu:

1) Minat transaksional

Kecenderungan konsumen untuk selalu membeli produk (barang dan jasa) yang dihasilkan perusahaan, ini didasarkan atas kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan tersebut.

2) Minat referensial

Kecenderungan konsumen untuk mereferensikan produknya kepada orang lain.

3) Minat preferensial

Minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang memiliki preferensi utama terhadap produk-produk tersebut.

4) Minat eksploratif

Minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Berdasarkan indikator mengenai minat beli maka disusun pernyataan berdasarkan indikator tersebut, adalah sebagai berikut:

- 1) Saya berniat untuk membeli kembali roti tawar di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang.
- 2) Saya memberi rekomendasi roti tawar dari toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang kepada teman dan keluarga saya.
- 3) Saya suka dengan berbagai macam varian roti tawar dari toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang.
- 4) Saya mencari informasi mengenai roti tawar sebelum melakukan pembelian di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang.

3.6. Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2015:178) menjelaskan bahwa, alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Jadi instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.

Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator variabel dan selanjutnya instrumen penelitian dan skala pengukurannya disajikan dalam tabel, sebagai berikut:

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1	Inovasi Produk (X ₁)	<ol style="list-style-type: none"> Perubahan desain Inovasi teknis Pengembangan produk 	<ol style="list-style-type: none"> Toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang menjual roti tawar dengan kemasan yang menarik dan unik Roti tawar yang dijual di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang menggunakan bahan olahan yang terjamin kebersihannya Toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang selalu melakukan perbaikan produk agar lebih baik dan berkualitas 	Ordinal	Dhewanto, Indradewa, Ulfah & Rahmawati (2015:115)
2.	Kualitas Produk (X ₂)	<ol style="list-style-type: none"> Kualitas bahan Ketersediaan bahan baku Waktu dan sumber bahan baku yang mudah diperoleh Harga bahan baku relatif murah 	<ol style="list-style-type: none"> Roti tawar yang dijual di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang menggunakan bahan baku yang berkualitas Bahan baku roti tawar pada toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang selalu tersedia Toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang selalu mempersiapkan stok bahan baku sehingga roti tawar tersedia sesuai jam buka dan tutup toko Bahan baku yang murah dan berkualitas membuat harga jual roti tawar di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang tergolong murah dan terjangkau 	Ordinal	Tumanggor (2020:7)

3. Cita Rasa (X ₃)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bau 2. Rasa 3. Rangsangan mulut 4. Tekstur dan konsistensi suatu bahan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Roti tawar yang dijual di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang memiliki aroma yang harum 2. Toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang menjual roti tawar dengan rasa yang enak 3. Saya rasa roti tawar yang dijual di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang merupakan roti tawar yang enak 4. Roti tawar yang dijual di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang memiliki tekstur yang lembut 	Ordinal	Garrow & James (2010:124)
4. Minat Beli (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensi 4. Minat eksplorasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya berniat untuk membeli kembali roti tawar di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang 2. Saya memberi rekomendasi roti tawar dari toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang kepada teman dan keluarga saya 3. Saya suka dengan berbagai macam varian roti tawar dari toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang 4. Saya mencari informasi mengenai roti tawar sebelum melakukan pembelian di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang 	Ordinal	Kotler & Keller (2012:164)

3.7. Metode Pengumpulan Data

Menurut Widodo (2017:72), metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Ada dua metode pengumpulan data yang lazim digunakan dalam penelitian, yakni studi lapangan dan studi pustaka. Sedangkan menurut Riduwan (2015:24), metode

pengumpulan data merupakan segala suatu cara yang digunakan untuk mengumpulkan data oleh peneliti. Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.7.1. Observasi

Menurut Sugiyono (2017:145) observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati sedikit. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara pengamatan langsung terhadap responden yaitu pelanggan produk roti tawar di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang.

3.7.2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:225), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner juga efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan responden.

Penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada pelanggan produk roti tawar di toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang sebanyak 93 pelanggan untuk menjangkau pendapat responden tentang inovasi

produk, kualitas produk, dan cita rasa terhadap minat beli. Pengukuran data untuk variabel inovasi produk, kualitas produk, dan cita rasa terhadap minat beli dilakukan dengan memberi skor tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dalam kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala Likert. Menurut Riduwan (2015:12), skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Adapun bentuk skala Likert menurut Riduwan (2015:13) adalah sebagai berikut:

- 
- a. Sangat Setuju (SS) diberi skor = 5
 - b. Setuju (S) diberi skor = 4
 - c. Netral (N) diberi skor = 3
 - d. Tidak Setuju (TS) diberi skor = 2
 - e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor = 1

3.7.3. Dokumentasi

Menurut Riduwan (2018:105) menyatakan bahwa dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku- buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian.

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mencatat, serta dengan membaca literatur-literatur sebagai bahan masukan yang berhubungan dengan data yang relevan dengan variabel penelitian.

3.8. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2015:402) teknik analisis merupakan model teknik analisis yang digunakan untuk menguji keterkaitan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan, dari dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Penelitian ini menguji pengaruh inovasi produk, kualitas produk, dan cita rasa terhadap minat beli. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat statistik. Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar, bahwa data harus berdistribusi normal terbebas dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

3.8.1. Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjaring data responden, dimana asumsi dasar harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa

dilakukan pengujian hipotesis terhadap berikutnya. Berikut metode data yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

a. Pengujian Validitas

Menurut Silaen (2014:117), Validitas adalah keabsahan atau tingkat kecocokan alat ukur untuk pengukuran, yang benar-benar cocok mengukur sesuatu yang sedang diukur. Menurut Riduwan (2018:109), validitas merupakan tolak ukur yang membuktikan ketepatan atau keandalan sebuah alat ukur, dalam menguji validitas terhadap alat ukur yang digunakan maka terlebih dahulu menentukan korelasi antara elemen alat ukur secara menyeluruh, yaitu mengkorelasikan elemen alat ukur dengan skor total. Hasil uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi product moment yang dihasilkan dari olahan data output. Menurut Siregar (2014:75) hal selanjutnya yang dilakukan setelah pembuatan kuesioner adalah pengujian instrumen untuk mengetahui alat ukur tersebut valid atau tidak, dengan menyebutkan kriteria jika korelasi product moment lebih dari 0,3. Jika kriteria tersebut dapat memenuhi artinya alat ukur tersebut dikatakan valid. Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor total nilainya dibawah 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Pengujian Reabilitas

Menurut Yuandari (2014:57) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tersebut dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Menurut Indrawan (2014:125) reliabilitas pada dasarnya mengukur kehandalan instrumen. Sebuah pengukuran

dikatakan handal jika pengukuran tersebut memberikan hasil yang konsisten. Keandalan merupakan pendukung penting bagi validitas tetapi bukan syarat yang cukup untuk mendapatkan validitas.

Menurut Nugroho (2011:33), uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Berikut tabel indeks kriteria reliabilitas:

Tabel 3.2
Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval Alpha Cronbach	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2	0,201 – 0,40	Mendekati Reliabel
3	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4	0,601 – 0,80	Reliabel
5	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho (2011:33)

3.8.2. Pengujian Asumsi Klasik

a. Pengujian Normalitas

Menurut Bahri (2018:162), uji normalitas adalah pengujian distribusi data yang akan dianalisis, dengan maksud untuk melihat apakah penyebarannya berada di bawah kurva normal atau tidak. Distribusi normal yakni distribusi yang berbentuk mirip lonceng serta simetris. Pengujian ini dipakai untuk menguji normalitas data, salah satu metode yang dapat digunakan adalah metode grafik, yakni dengan mengamati tersebarnya data pada sumber diagonal pada grafik normal *probability plot* (P-Plot).

Kriteria dalam pengujian normalitas dengan *probability plot* (P-Plot), sebagai berikut:

- 1) Data dikatakan terdistribusi normal, apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya.
- 2) Data dikatakan tidak terdistribusi normal, apabila data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal atau grafik histogramnya.

b. Pengujian Multikolinieritas

Menurut Kurniawan (2014:102), uji multikolinieritas ialah syarat seluruh uji hipotesis regresi atau kausalitas. Multikolinieritas dapat ditentukan dengan mengukur koefisien korelasi berganda dan membandingkannya dengan variabel bebas atau koefisien korelasi antar variabel bebas. Uji multikolinieritas digunakan untuk memahami kesalahan standar estimasi model dalam penelitian. Menurut Kurniawan (2014:157), terdapat beberapa tolak ukur untuk mengidentifikasi multikolinieritas terhadap suatu model yakni sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dibawah 10 ($VIF < 10$) serta nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 maka dapat dinyatakan bahwa model terbebas dari kesalahan dalam pengujian multikolinieritas. Model regresi yang bagus yakni model regresi yang mempunyai nilai $VIF < 10$, jika hasil $VIF > 10$ maka menandakan bahwa terjadi multikolinieritas yang serius pada model regresi. Jika nilai *tolerance* mendekati 1 maka menandakan model terbebas dari multikolinieritas, sedangkan jika semakin menjauhi 1 maka menandakan model regresi tidak terbebas multikolinieritas atau terjadi gejala multikolinieritas.

2) Apabila nilai koefisien korelasi antar tiap-tiap variabel bebas lebih kecil dari 0,70, maka model dapat dinyatakan terbebas dari multikolinearitas. Jika nilai lebih besar dari 0,70 maka dianggap terjadi korelasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel bebas sehingga terbentuk multikolinearitas.

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Menurut Lupiyoadi (2015:138) menyatakan bahwa suatu model pengujian seperti regresi linier berganda, maka data harus terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas berarti variasi residual tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga variansi residual harus bersifat homoskedastisitas, yaitu pengamatan satu dengan pengamatan yang lain sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat.

Menurut Gunawan (2017:103) cara yang digunakan untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat titik-titik plot dari penyebaran residual (*SRESID) serta variabel yang telah diprediksi (*ZPRED), yang menggunakan gambar *Scatterplot*. Jika penyebaran titik didalam plot tidak memperlihatkan ada pola tertentu, maka dapat dijelaskan untuk model ini terbukti bebas dari asumsi heteroskedastisitas.

Kriteria dalam pengujian heterokedastisitas dengan uji pola gambar scatterplot adalah sebagai berikut:

- 1) Titik - titik data penyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- 2) Titik – titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

- 3) Penyebaran titik – titik data tidak boleh membentuk pola gelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik – titik tidak berpola

3.8.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sanusi (2011:134), regresi linear berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas.

Menurut Sugiyono (2012:277), analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Secara umum persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$MPB = + B_1.IP + B_2.KBB + B_3.CR$$

Keterangan :

Y = Variabel minat beli

= Konstanta

B₁ = Koefisien regresi variabel inovasi produk

B₂ = Koefisien regresi variabel kualitas produk

B₃ = Koefisien regresi variabel cita rasa

IP = Inovasi produk

KBB = Kualitas produk

CR = Cita rasa

(Sanusi, 2011:135)

Dengan analisis regresi berganda ini juga dapat diketahui variabel mana di antara variabel independen yaitu inovasi produk, kualitas produk dan cita rasa yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen yaitu minat beli. Analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan masing-masing independen terhadap variabel independen lainnya.

3.8.4. Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (X_1 , X_2 dan X_3) terhadap variabel dependen (Y), baik secara parsial maupun simultan.

a. Uji t (Uji Parsial)

Menurut Widarjono (2015:22), uji t digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Ada dua hipotesis yang diajukan oleh setiap peneliti yaitu hipotesis nol H_0 dan hipotesis alternatif H_a . Hipotesis nol merupakan angka numerik dari nilai parameter populasi. Hipotesis nol ini dianggap benar sampai kemudian bisa dibuktikan salah berdasarkan data sampel yang ada. Sementara itu hipotesis alternatif merupakan lawan dari hipotesis nol. Hipotesis alternatif ini harus

benar ketika hipotesis nol terbukti salah. Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis :

Hipotesis pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh inovasi produk terhadap minat beli pada toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh inovasi produk terhadap minat beli pada toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang.

Hipotesis kedua

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pada toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pada toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang.

Hipotesis Ketiga

H_0 : Tidak terdapat pengaruh cita rasa terhadap minat beli pada toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh cita rasa terhadap minat beli pada toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang.

2) Menentukan t_{hitung} dan memastikan besarnya tingkat signifikansi .

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05.

Sedangkan besarnya t_{hitung} dapat diketahui dari t_{hitung} output SPSS.

3) Menentukan tingkat signifikansi dan derajat kebebasan.

Tingkat signifikansi yang digunakan pada penelitian ini adalah sebesar 0,05. Untuk derajat kebebasan menggunakan formula $df = n - 2$ dimana n adalah besaran sampel. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$, maka hipotesis diterima dan artinya variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila nilai signifikan $> 0,05$, maka hipotesis ditolak dan artinya variabel dependen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

4) Menentukan kriteria pengujian :

Jika - $t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika - $t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel}

b. Uji F (Uji Model)

Menurut Widarjono (2015:19), uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen atau merupakan uji signifikansi model regresi. Uji F ini bisa dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (*analysis of variance = ANOVA*).

Adapun hipotesisnya sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh inovasi produk, kualitas bahan baku dan cita rasa secara simultan terhadap minat beli pelanggan pada toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang

H_a : Terdapat pengaruh inovasi produk, kualitas bahan baku dan cita rasa secara simultan terhadap minat beli pelanggan pada toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang

Nilai F dikenal dengan F_{hitung} dalam pengujian hipotesis yang kemudian dibandingkan dengan nilai dari F_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut:

1) Tingkat signifikan ()

Nilai F_{tabel} ditentukan dari tingkat signifikan () yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05 atau 5%. Untuk df pembilang = k , dan df penyebut = $n - k - 1$. Dengan keterangan dimana n adalah jumlah data/observasi/responden dan k adalah jumlah variabel independen (bebas).

2) Adapun kriteria pengujiannya adalah:

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau jika $sig < 0,05$ (5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, semua variabel independen (bebas) layak untuk menjelaskan variabel dependen (terikat) yang dianalisis.
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau jika $sig > 0,05$ (5%) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, semua variabel independen (bebas) tidak layak untuk menjelaskan variabel dependen (terikat) yang dianalisis.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sanusi (2011:136), koefisien determinasi (R^2) sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir sama dengan koefisien r^2 . R juga hampir serupa dengan r , tetapi keduanya berbeda dalam fungsi (kecuali regresi linear sederhana). R^2 menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh

variabel bebas (lebih dari satu variabel (X) secara bersamaan. Sementara itu, r^2 mengukur kebaikan sesuai (*goodness-of-fit*) dari persamaan regresi, yaitu memberikan persentase variasi total dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel bebas (X). Lebih lanjut, r adalah koefisien korelasi yang menjelaskan keeratan hubungan linear diantara dua variabel, nilainya dapat negatif dan positif. Sementara itu, R adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat (Y) dengan semua variabel bebas yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif.

Menurut Widarjono (2015:266), koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur atau menilai total variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh variabel independen (X). Koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1. Semakin angkanya mendekati 1 maka semakin baik garis regresinya, semakin mendekati 0 maka memiliki garis regresi yang kurang baik.

Koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini akan digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen yaitu inovasi produk, kualitas produk dan cita rasa langsung terhadap variabel dependen yaitu minat beli pada toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang.