

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut K. Abdullah *et al.* (2021:1) penelitian kuantitatif didefinisikan suatu bentuk penelitian ilmiah yang dilakukan secara sistematis terhadap elemen-elemen atau fenomena tertentu dan mengkaji hubungan sebab-akibat dengan melibatkan pengumpulan data yang dapat diukur melalui penggunaan teknik komputasi, statistik, atau matematika. Menurut Priadana & Sunarsi (2021) menyatakan bahwa data penelitian kuantitatif merupakan data yang dihadirkan dalam bentuk angka diperoleh melalui pengumpulan data di lapangan dengan melibatkan transformasi nilai kualitatif menjadi kuantitatif.

Penelitian ini menganalisis variabel independen X1 untuk kemasan, X2 untuk kualitas produk serta X3 untuk *word of mouth* terhadap variabel dependen Y untuk keputusan pembelian. Oleh karena itu, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis mengenai ada atau tidak pengaruh parsial antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan hal yang penting untuk diamati sebelum memulai sebuah penelitian karena mencakup topik yang dibahas peneliti. Menurut Sugiyono (2018) menyatakan bahwa objek penelitian adalah berupa seseorang atau individu, objek, dan aktivitas yang mempunyai ragam khusus yang

telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari serta dianalisis guna mencapai kesimpulan. Objek penelitian ini, yaitu variabel independen terdiri dari kemasan (X1), kualitas produk (X2) dan *word of mouth* (X3) terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y) pada usaha kerupuk puli cap bawang di Kecamatan Lumajang.

Alasan dasar untuk melakukan penelitian tentang konsumen produk kerupuk puli cap bawang pada masyarakat Lumajang adalah untuk menentukan seberapa besar pengaruh kemasan, kualitas produk, dan *word of mouth* sebagai variabel independen terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Pemilihan lokasi di Kecamatan Lumajang bertujuan untuk menspesifikan jangkauan konsumen yang telah melakukan pembelian pada usaha ini agar dapat memperoleh hasil yang lebih akurat dengan ketersediaan datanya dan kondisi lokasi yang mendukung untuk dilakukan penelitian.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

3.3.1 Jenis data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 jenis, yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Menurut M. Abdullah (2015:247) data primer didefinisikan data yang dikumpulkan dari sumber tempat dilakukannya penelitian, baik secara kelompok maupun individu, seperti hasil wawancara dan responden kuesioner. Data primer penelitian ini berasal dari kuesioner yang dibagikan untuk responden, yakni

konsumen yang telah melakukan pembelian produk kerupuk puli cap bawang di Kecamatan Lumajang.

b. Data Sekunder

Menurut Priadana & Sunarsi (2021:197) data sekunder adalah data dari pihak lain dan bukan oleh peneliti itu sendiri, pada umumnya berasal dari penelitian yang telah dilakukan oleh lembaga atau organisasi lain. Data sekunder penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data-data dan informasi yang dibutuhkan melalui buku, artikel, jurnal, internet atau web dan juga data dari skripsi peneliti sebelumnya terkait dengan penelitian tentang kemasan, kualitas produk, *word of mouth* juga keputusan pembelian.

3.3.2 Sumber Data

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2018) sumber data didefinisikan subjek yang menjadi asal perolehan data dalam penelitian. Misalnya jika peneliti memanfaatkan kuesioner maupun wawancara sebagai metode pengumpulan data, maka sumber datanya adalah responden. Responden itu sendiri adalah seseorang yang memberikan tanggapan ataupun menjawab pertanyaan baik secara tertulis maupun lisan. Sumber data yang digunakan menurut sumbernya terdiri dari data internal dan data eksternal:

a. Data Internal

Data internal adalah informasi yang dikumpulkan dari organisasi atau perusahaan tempat penelitian dilakukan. Misalnya, seorang peneliti akan mengumpulkan data strategi suatu bank maka peneliti akan mencari data dari bank tersebut untuk menyelidiki strateginya (M. Abdullah, 2015:247). Data

Internal penelitian ini adalah profil usaha, data jumlah produksi per tahun dan juga data banyaknya konsumen yang melakukan pembelian kerupuk puli cap bawang.

b. Data Eksternal

Data eksternal adalah informasi yang diperoleh dari lingkungan luar perusahaan. Misalnya, peneliti akan melakukan penelitian strategi suatu bank, jika data itu didapat dari pihak lain maka data itu disebut data eksternal (M. Abdullah, 2015:247). Data eksternal penelitian ini adalah hasil dari tanggapan kuesioner yang diberikan untuk responden produk kerupuk puli cap bawang.

3.4 Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut K. Abdullah *et al.* (2021:79) Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat mencakup berbagai entitas seperti organisme, objek, fenomena, nilai tes, atau kejadian yang berfungsi sebagai sumber data mencerminkan karakteristik tertentu dari suatu penelitian. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian pada produk kerupuk puli cap bawang di Kecamatan Lumajang dengan data jumlah konsumen yang diperoleh dari pemilik usaha produk kerupuk puli cap bawang pada bulan desember, januari dan februari sebanyak 173 konsumen.

3.4.2 Sampel Dan Teknik Sampling

Menurut Priadana & Sunarsi (2021:159) sampel termasuk dalam keseluruhan populasi dengan karakterisasi yang mencerminkan populasi itu sendiri. Pada penelitian ini, metode atau teknik dalam menentukan ukuran sampel

menggunakan teknik Slovin. Alasan peneliti menggunakan rumus Slovin adalah untuk memperoleh sampel yang mencerminkan seluruh populasi yang telah diketahui, sehingga dapat memberikan hasil sampel yang lebih akurat. Rumusnya sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel atau jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Persentase kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir sebesar (10%) jadi $e = 0,1$

Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan Teknik Slovin dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{173}{1+173 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{173}{1+173 (0,01)}$$

$$n = \frac{173}{1+1,73}$$

$$n = \frac{173}{2,73}$$

$$n = 63,3$$

$$n = 63$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan metode slovin tersebut, maka diperoleh hasil sampel berjumlah 63 responden.

Pada penelitian ini menggunakan pengambilan sampel *Non -Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. *Non -Probability Sampling* didefinisikan teknik mengumpulkan sampel berasal dari populasi yang telah ditetapkan sendiri oleh peneliti dengan pertimbangan para ahli. Menurut Priadana & Sunarsi (2021:163) menunjukkan mengenai *Purposive sampling* yaitu teknik penarikan sampel dimana subjek penelitian dipilih berdasarkan standar khusus yang telah ditetapkan oleh peneliti. Kriteria responden pada penelitian ini, sebagai berikut :

- a. Responden merupakan konsumen yang pernah melakukan pembelian produk kerupuk puli cap bawang.
- b. Responden merupakan konsumen hanya dalam lingkup wilayah Kecamatan Lumajang.
- c. Responden mulai usia 17 Tahun dikarenakan responden pada usia tersebut sudah dapat memahami isi kuesioner.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah variasi dalam tiap komponen teori dimana karakteristik individu atau objek dapat mempunyai nilai, skor, ukuran yang berbeda untuk individu atau objek yang berbeda (M. Abdullah, 2015:175). Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel independen (X), yaitu kemasan, kualitas produk dan *word of mouth* serta satu variabel dependen (Y) keputusan pembelian.

a. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2018:39) variabel independen ataupun yang biasa disebut variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang dijadikan sebab adanya variabel terikat (dependen). Lambang dari variabel independen adalah (X). Penelitian ini yang menjadikan variabel independen yakni kemasan (X1), kualitas produk (X2) dan *word of mouth* (X3).

b. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2018:39) variabel dependen ataupun yang biasa disebut variabel terikat didefinisikan sebagai variabel pengaruh atau konsekuensi adanya variabel bebas (independen). Lambang dari variabel dependen yaitu (Y), dimana dalam penelitian ini sebagai keputusan pembelian.

3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah pemahaman konsep secara mendalam yang menjelaskan tentang karakteristik sesuatu masalah yang hendak diteliti. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dikemukakan definisi konseptual dari teori yang mendasari variabel independen dan variabel dependen, sebagai berikut:

a. Kemasan

Menurut Dhurup *et al.* (2014) kemasan merupakan wadah atau pembungkus (*wrapper*) dalam suatu produk. Sedangkan menurut Rahardjo (2019) kemasan adalah wadah yang membungkus produk setelah proses pengemasan bertujuan untuk meningkatkan nilai dan fungsi produk tersebut. Dapat disimpulkan bahwa kemasan adalah pembungkus dari produk setelah dikemas guna menambah nilai dan fungsi produknya.

b. Kualitas Produk

Menurut Fransiska (2021) kualitas produk didefinisikan sebagai salah satu poin utama yang diberikan produsen kepada para konsumen untuk menghasilkan kualitas produk atau jasa yang bernilai tinggi dengan upaya memuaskan konsumen. Sedangkan, menurut Kotler & Keller (2017:249) kualitas produk adalah sifat barang maupun layanan yang didasarkan pada kapasitasnya guna terpenuhinya kebutuhan pelanggan. Dapat disimpulkan mengenai kualitas produk didefinisikan sebuah karakteristik barang atau layanan dari produsen dengan memberikan kontribusi kemampuannya dalam menciptakan kepuasan bagi konsumen.

c. Word Of Mouth

Menurut Cahyani *et al.* (2022) *word of mouth* didefinisikan proses komunikasi dimana pemilik usaha memproduksi produk dengan kualitas terjamin dengan tujuan agar konsumen dapat merekomendasikan produk tersebut ke konsumen lain. Sedangkan, menurut Sernovitz (2012) *Word of mouth* digambarkan sebagai proses mekanisme komunikasi secara langsung antara individu satu dengan individu lainnya, di mana informan murni memberikan rekomendasi berdasarkan pengalaman pribadi bukan karena menjadi bagian dari industri pemasaran. Dapat disimpulkan mengenai *word of mouth* adalah bentuk komunikasi melalui peningkatan kualitas suatu produk agar konsumen atau informan dapat memberikan rekomendasi berdasarkan pengalamannya sendiri kepada orang lain.

d. Keputusan Pembelian

Menurut Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian merupakan pilihan yang dibuat konsumen yang dipengaruhi berdasarkan banyak hal, seperti teknologi, ekonomi, budaya, politik, produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, dan yang lainnya. Namun, menurut Tjiptono & Diana (2016:60) menyatakan bahwa keputusan pembelian diartikan tahapan sebelum pembelian yang mencakup seluruh kegiatan konsumen sebelum melakukan transaksi pembelian juga penggunaan produk. Dapat disimpulkan mengenai keputusan pembelian adalah suatu tahapan sebelum konsumen melakukan proses pembelian dengan pertimbangan yang dipengaruhi berbagai faktor pilihan.

3.5.3 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjelasan arti variabel dan cara pengukuran variabel secara spesifik yang tersusun dalam bentuk matrik berisi nama dan deskripsi variabel serta alat, metode, skala dan hasil pengukuran (K. Abdullah *et al.*, 2021:56). Variabel yang terlibat dalam penelitian ini yakni kemasan, kualitas produk, dan *word of mouth* untuk variabel independen, serta keputusan pembelian untuk variabel dependen.

a. Kemasan

Menurut Julianti (2014) kemasan adalah wadah yang dipergunakan untuk meningkatkan fungsi dan nilai suatu produk. Berdasarkan definisi tersebut, indikator kemasan menurut Dhurup *et al.* (2014) adalah sebagai berikut :

1) Bahan Material

Bahan yang digunakan memiliki tingkat ketahanan yang tinggi dan mampu menjaga keutuhan isi kemasan. Bahan kemasan dapat melibatkan kertas, plastik, aluminium foil, botol, dan logam.

- 2) Logo dan Label
Merek dagang atau logo perusahaan dan label memainkan peran penting dalam meningkatkan kemasan juga menjadi simbol identitas. Berfungsi sebagai sumber informasi tentang produk, yang mencakup komposisi, petunjuk penggunaan, peringatan, dan informasi lainnya.
- 3) Warna
Konsumen mampu mendeteksi warna dengan lebih cepat daripada mengenali bentuk atau tampilan, dan warna menjadi indikator yang sangat cepat direspon oleh visual konsumen, misalnya: kejelasan warna dan daya tarik warna kemasan.
- 4) Ukuran
Kemasan disesuaikan dengan jenis produk yang dikemas, termasuk ukuran panjang, lebar, serta ketebalan kemasan.
- 5) Daya tarik dan desain kemasan
Kemasan produk seharusnya bukan hanya menciptakan keseimbangan antara bentuk dan fungsi, namun mampu menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan indikator tentang kemasan maka disusun kuisisioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

- 1) Kemasan kerupuk puli cap bawang menggunakan plastik yang dapat melindungi isi kerupuk agar tidak mudah remuk.
- 2) Kemasan kerupuk puli cap bawang disertai logo dan label yang berisi sumber informasi kerupuk.
- 3) Produk kerupuk puli cap bawang menggunakan kemasan berwarna cerah sehingga memudahkan saya mengenali produknya.
- 4) Ukuran kemasan kerupuk puli cap bawang sesuai dengan berat isinya sehingga mudah untuk dibawa.
- 5) Kerupuk puli cap bawang memiliki desain kemasan yang unik sehingga saya tertarik untuk membeli.

b. Kualitas Produk

Menurut Assauri (2018:45) kualitas produk adalah komponen suatu barang ataupun hasil yang memenuhi syarat untuk digunakan sesuai tujuan. Berdasarkan definisi tersebut, indikator menurut Asman (2021), sebagai berikut:

- 1) *Perfomance* atau kinerja, mengacu pada kualitas barang yang dapat mencerminkan sejauh mana layanan tersebut baik atau belum serta dapat menggambarkan keadaan sebenarnya.
- 2) *Range and type of features* atau rentang dan jenis produk, berkaitan dengan fungsi produk atau layanan yang seringkali menjadi pertimbangan bagi pelanggan yang mencari produk dengan keunggulan atau kemampuan tertentu.
- 3) *Realibility* atau keandalan, melibatkan aspek kehandalan yang diperlukan dalam produk atau layanan.
- 4) *Sensory characteristic* atau karakteristik sensorik, mencakup penampilan, motif, daya tarik, variasi, dan faktor-faktor lain yang memainkan peran kunci dalam kualitas dari suatu aspek produk.
- 5) *Ethical profile and image* atau profil dan citra etis, terkait dengan bagian besar kesan yang dibentuk oleh seorang pembeli terhadap suatu produk dan layanan perusahaan.

Berdasarkan indikator tentang kualitas produk maka disusun kuisisioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

- 1) Kerupuk puli cap bawang memiliki kualitas produk dan pelayanan yang baik.
- 2) Produk kerupuk puli cap bawang lebih unggul dibandingkan kerupuk puli lainnya.
- 3) Kerupuk puli cap bawang menggunakan bahan yang berkualitas sehingga rasanya enak.
- 4) Kerenyahan kerupuk puli cap bawang sangat baik.
- 5) Setelah membeli dan mencoba kerupuk puli cap bawang saya merasa puas dengan produknya.

c. *Word Of Mouth*

Menurut Nisa (2022) *Word of Mouth* merupakan suatu kegiatan ketika konsumen berbagi pengalaman positif tentang merek atau produk kepada orang lain dengan upaya dapat mendorong mereka untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan definisi tersebut, indikator menurut Ali (2020) sebagai berikut:

- 1) Membagikan pengalaman positif mengenai pembelian produk.
- 2) Merekomendasikan kepada teman dan keluarga.
- 3) Mendorong dengan meyakinkan dan mengajak teman, kerabat, dan keluarga melakukan pembelian produk.

Berdasarkan indikator tentang *Word of Mouth* maka disusun kuisioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

- 1) Saya memberikan informasi positif kepada orang lain setelah membeli produk kerupuk puli cap bawang.
- 2) Saya merekomendasikan produk kerupuk puli cap bawang kepada orang lain.
- 3) Saya mengajak orang lain untuk membeli produk kerupuk puli cap bawang.

d. **Keputusan Pembelian**

Menurut Manurung (2018) keputusan pembelian merupakan aksi integrasi di mana konsumen mengembangkan preferensi di antara berbagai merek yang tersedia atau mungkin merumuskan niat untuk membeli merek favorit mereka.

Berdasarkan definisi tersebut, indikator menurut Kotler & Keller (2016) adalah sebagai berikut:

- 1) **Pengenalan Kebutuhan**
Proses pengambilan keputusan pembelian dimulai ketika konsumen merasakan kebutuhan serta keinginan mereka. Ini adalah titik di mana konsumen menyadari perbedaan antara keadaan sebenarnya dan keinginan

mereka. Terdapat faktor internal dan eksternal yang dapat menyebabkan kebutuhan. Sebagai contoh, kebutuhan dasar seperti lapar dan haus dapat meningkat sebagai tanggapan terhadap respon tertentu. Pemicu ini kemudian menjadi dorongan yang berasal dari pengalaman sebelumnya, seperti makan dan minum.

2) Pencarian Informasi

Konsumen akan mencari informasi menggunakan pengetahuan pribadi mereka dan sumber eksternal setelah mereka tahu apa yang mereka butuhkan dari suatu produk. Empat sumber informasi konsumen adalah:

- a) Sumber pribadi mencakup keluarga, teman, tetangga, serta kenalan.
- b) Sumber komersial termasuk iklan, tenaga penjual, distributor dan kemasan produk.
- c) Sumber publik melibatkan media massa juga organisasi yang memberikan peringkat konsumen.
- d) Sumber pengalaman mencakup pengalaman dalam menggunakan, mengevaluasi, dan menangani suatu produk.

3) Evaluasi Alternatif

Konsumen akan menilai berbagai pilihan untuk memenuhi kebutuhan mereka setelah mendapatkan informasi. Sebagai contoh, dalam hal kamera pertimbangan dapat termasuk ketajaman gambar, reproduksi warna, harga, dan dimensi fisik.

4) Keputusan Pembelian

Jika tidak terdapat faktor yang menghambat, keputusan akhir konsumen untuk memilih merupakan tahap terakhir dari proses pencarian dan evaluasi yang kemudian mengarah pada pembelian yang sebenarnya.

5) Evaluasi Pasca Pembelian

Ketika konsumen tidak mendapatkan kepuasan yang diharapkan dari produk yang dibeli, mereka akan membangun opini negatif tentang merek produk tersebut dan mungkin akhirnya menolaknya. Sebaliknya, jika produk bisa memberikan kepuasan kepada konsumen maka, keinginan mereka untuk membeli produk tersebut akan terus meningkat.

Berdasarkan indikator tentang keputusan pembelian maka disusun kuisioner

dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

- 1) Dengan membeli produk kerupuk puli cap bawang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan saya.
- 2) Saya mencari informasi kerupuk puli cap bawang terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian.

- 3) Saya mempertimbangkan kerupuk puli cap bawang terlebih dahulu dari segi cita rasa, bentuk kerupuk, dan tingkat kerenyahan.
- 4) Saya telah melakukan pembelian kerupuk puli cap bawang.
- 5) Saya merasa puas setelah membeli produk kerupuk puli cap bawang.

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut K. Abdullah *et al.* (2021:57) menyatakan bahwa Instrumen penelitian adalah pengukuran yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dari objek penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, penggunaan instrumen yang tepat dapat memungkinkan peneliti untuk mengukur variabel yang menjadi fokus observasi penelitian. Dalam penelitian ini terdapat empat instrumen, yaitu :

- a. Instrumen untuk mengukur kemasan
- b. Instrumen untuk mengukur kualitas produk
- c. Instrumen untuk mengukur *word of mouth*
- d. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang menjadi standar penetapan interval panjang pendek dalam alat ukur agar ketika menggunakan pengukuran tersebut dapat menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2018:151). Pada penelitian ini menggunakan skala pengukuran berupa skala ordinal. Menurut Priadana & Sunarsi (2021:175) menyatakan bahwa skala ordinal adalah jenis skala yang melekat dengan variabel yang tidak hanya menunjukkan perbedaan dalam kategorinya, tetapi juga menunjukkan adanya tingkatan yang berbeda. Dalam skala ordinal nilai diperoleh dari skala *likert*. Pada penelitian ini instrumen penelitian disajikan dalam bentuk sebagai berikut :

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1	Kemasan (X1)	1. Bahan Material	1. Kemasan kerupuk puli cap bawang menggunakan plastik yang dapat melindungi isi kerupuk agar tidak mudah remuk	Ordinal	Dhurup <i>et al.</i> (2014)
		2. Logo dan Label	2. Kemasan kerupuk puli cap bawang disertai logo dan label yang berisi sumber informasi kerupuk		
		3. Warna	3. Produk kerupuk puli cap bawang menggunakan kemasan berwarna cerah sehingga memudahkan saya mengenali produknya		
		4. Ukuran	4. Ukuran kemasan kerupuk puli cap bawang sesuai dengan berat isinya sehingga mudah untuk dibawa		
		5. Daya tarik dan desain kemasan	5. Kerupuk puli cap bawang memiliki desain kemasan yang unik sehingga saya tertarik untuk membeli		
2	Kualitas Produk (X2)	1. <i>Performance</i>	1. Kerupuk puli cap bawang memiliki kualitas produk dan pelayanan yang baik	Ordinal	Asman (2021)
		2. <i>Range and type of features</i>	2. Produk kerupuk puli cap bawang lebih unggul dibandingkan kerupuk puli lainnya		
		3. <i>Realibility</i>	3. Kerupuk puli cap bawang menggunakan bahan yang berkualitas sehingga rasanya enak		
		4. <i>Sensory characteristic</i>	4. Kerenyahan kerupuk puli cap bawang sangat baik		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
		5. <i>Ethical profile and image</i>	5. Kualitas dari kerupuk puli cap bawang membuat saya merasa puas		
3	<i>Word Of Mouth</i> (X3)	1. Membicarakan	1. Saya memberikan informasi positif kepada orang lain setelah membeli produk kerupuk puli cap bawang	Ordinal	Ali (2020)
		2. Merekomendasikan	2. Saya merekomendasikan produk kerupuk puli cap bawang kepada orang lain		
		3. Mendorong dengan membujuk dan	3. Saya mengajak orang lain untuk membeli produk kerupuk puli cap bawang		
4	Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan Kebutuhan	1. Dengan membeli produk kerupuk puli cap bawang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan saya	Ordinal	Kotler & Keller (2016)
		2. Pencarian Informasi	2. Saya mencari informasi kerupuk puli cap bawang terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian		
		3. Evaluasi Alternatif	3. Saya mempertimbangkan kerupuk puli cap bawang terlebih dahulu dari segi cita rasa, bentuk kerupuk, dan tingkat kerenyahan		
		4. Keputusan Pembelian	4. Saya telah melakukan pembelian kerupuk puli cap bawang		
		5. Evaluasi Pasca Pembelian	5. Saya merasa puas setelah membeli produk kerupuk puli cap bawang		

Sumber: Variabel, Indikator, Instrumen, dan Skala Pengukuran

3.7 Metode Pengumpulan Data

Menurut Priadana & Sunarsi (2021:185) menyatakan bahwa metode pengumpulan data didefinisikan serangkaian teknik maupun cara yang biasanya

dimanfaatkan oleh peneliti untuk prosedur mengumpulkan informasi dan data. Teknik ini membantu dalam menggambarkan konsep-konsep abstrak yang tidak memiliki bentuk fisik tetapi dapat diamati melalui berbagai metode seperti kuesioner (angket), wawancara, observasi (pengamatan), ujian (tes), dokumentasi, dan lain-lain.

3.7.1 Wawancara

Menurut Priadana & Sunarsi (2021:193) wawancara adalah proses tanya jawab langsung antara pewawancara dan responden secara tatap muka bertujuan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Pada penelitian ini wawancara dilakukan kepada pemilik usaha kerupuk puli cap bawang.

3.7.2 Observasi

Menurut Priadana & Sunarsi (2021:189) observasi atau pengamatan adalah fondasi bagi seluruh ilmu pengetahuan dimana para ilmuwan bergantung pada perolehan data, yakni fakta dalam kenyataan dunia yang didapatkan lewat kegiatan observasi. Pada penelitian ini observasi dilakukan dengan pengamatan kepada responden yakni konsumen yang telah melakukan pembelian konsumen kerupuk puli cap bawang di kecamatan Lumajang.

3.7.3 Kuesioner

Menurut Priadana & Sunarsi (2021:192) menyatakan bahwa kuesioner adalah alat untuk mengumpulkan data di mana responden diberikan serangkaian pernyataan atau pertanyaan untuk ditanggapi. Pada penelitian ini untuk penyebaran kuesioner diberikan kepada konsumen kerupuk puli cap bawang di Kecamatan Lumajang.

Penyebaran kuesioner menggunakan pengukuran data dilakukan dengan memberikan skor pada pernyataan instrumen indikator tiap variabel menggunakan skala *likert*. Skala *Likert* merupakan alat pengukuran yang dimanfaatkan guna mengevaluasi pandangan, sikap, atau reaksi kelompok tentang peristiwa yang terjadi di masyarakat (K. Abdullah *et al.*, 2021:69). Adapun bentuk skala *likert* ditunjukkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 3.2 Skor Jawaban Responden

Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: K. Abdullah *et al.* (2021) halaman 69

3.7.4 Dokumentasi

Menurut Priadana & Sunarsi (2021:195) dokumentasi adalah metode yang diperlukan untuk mengumpulkan data bersumber dari dokumen dan rekaman dapat berupa teks, gambar, atau karya. Pada penelitian ini dokumentasi dilakukan dengan mencatat dan mengumpulkan data yang diperoleh dari sumber penelitian, serta membaca literatur sesuai data variabel yang relevan dengan penelitian ini terkait jurnal dan artikel pada penelitian terdahulu.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data didefinisikan metode atau pendekatan yang digunakan untuk mengolah data untuk mengubahnya menjadi informasi, bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang karakteristik data dan

membantu memecahkan masalah terutama dalam penelitian (K. Abdullah *et al.*, 2021:87). Dalam metode penelitian kuantitatif, penggunaan teknik analisis data yaitu suatu proses yang dilaksanakan setelah semua data mulai responden maupun sumber data lainnya telah tergabung secara menyeluruh.

Berdasarkan hipotesis dan tujuan penelitian ini, peneliti memanfaatkan analisis regresi linier berganda dan uji alat statistik SPSS. Sebelum dilakukannya analisis juga uji pengaruh pada kuesioner, uji validitas serta reliabilitas harus dilaksanakan. Kemudian melakukan pengujian asumsi dasar regresi linier berganda, yang berarti data perlu berdistribusi normal dan tidak mengandung multikolinieritas serta heteroskedastisitas.

3.8.1 Uji Instrumen

Sebelum menguji hipotesis, data harus diuji validitas dan reliabilitas, yang merupakan asumsi dasar yang harus dipenuhi agar pengujian hipotesis tahap berikutnya dapat dilanjutkan.

a. Uji Validitas

Uji validitas dimanfaatkan untuk mengevaluasi sejauh mana suatu kuesioner dianggap valid atau tidak. Validitas kuesioner tercapai ketika pernyataan dalam kuesioner dapat dengan tepat mencerminkan hasil pengukuran yang dimaksudkan oleh kuesioner tersebut. Menurut Sugiyono (2018:267) menyatakan bahwa uji validitas merupakan kesesuaian data yang dikumpulkan secara langsung dari subjek penelitian dan data yang dilaporkan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, analisis faktor dalam uji validitas dilaksanakan melalui cara korelasi skor setiap faktor dengan skor total. Jika korelasi faktor itu positif

serta memiliki nilai 0,3 atau lebih, maka instrumen tersebut dianggap valid. Sebaliknya, jika korelasi skor faktor dengan skor total kurang dari 0,3, maka instrumen dianggap tidak valid (Sugiyono, 2015:173).

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018:268) uji reliabilitas adalah mengindikasikan sejauh mana atau temuan memiliki konsistensi dan stabilitas. Data yang dinyatakan tidak reliabel, tidak dapat digunakan lebih lanjut dikarenakan dapat mengakibatkan kesimpulan yang cenderung bias. Alat pengukuran dianggap reliabel jika hasilnya dalam rentang waktu tetap konsisten. Pengujian reliabilitas digunakan untuk menilai apakah konsistensi atau stabilitas jawaban seseorang terhadap pernyataan menggunakan keesioneer dapat diukur dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilaksanakan melalui pengukuran *Alpha Cronbach* (α). Apabila nilai *Alpha Cronbach* yang dihasilkan melebihi 0,6 maka instrumen pengukuran yang digunakan dianggap reliabel atau dapat dipercaya (Nugroho, 2011:33). Adapun indeks kriteria reliabilitas dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3 Indeks Kriteria Reliabilitas

No	<i>Interval Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1	0,000 - 0,20	Kurang Reliabilitas
2	0,201 - 0,40	Agak Reliabilitas
3	0,401 - 0,60	Cukup Reliabilitas
4	0,601 - 0,80	Reliabilitas
5	0,801 - 1,00	Sangat Reliabilitas

Sumber: Nugroho, 2011 halaman 33

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Basuki & Prawoto (2016:103) Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik untuk analisis agresi linier berganda yang menggunakan metode least

square ordinary (OLS). OLS merupakan metode umum yang diperlukan untuk mengestimasi model regresi dimana terdapat variabel independen dan variabel dependen dalam satu persamaan linear. Penelitian yang memanfaatkan analisis regresi linier berganda juga korelasi berganda perlu memenuhi asumsi dasarnya, hasil analisis dapat berbeda dari kenyataan sebenarnya jika asumsi tidak terpenuhi. Uji asumsi klasik penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, serta uji heteroskedastisitas dijelaskan sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Menurut Basuki & Prawoto (2016:57) Uji normalitas adalah pengujian dengan menentukan apakah nilai residual terdistribusi secara normal. Bertujuan untuk menentukan data yang dikumpulkan berasal dari distribusi atau populasi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini memanfaatkan uji *Kolmogrof-Smirnov* karena lebih cocok digunakan untuk sampel lebih dari 50, dimana sampel pada penelitian ini sebanyak 63. Untuk mendeteksi normalitas dapat dilihat dari nilai residual dengan mengevaluasi nilai signifikan (*sig*) dengan kriteria (Faradiba, 2020) :

- 1) Jika nilai $sig > 0,05$, dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai $sig < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Basuki & Prawoto (2016:108) Uji multikolinearitas adalah pengujian untuk menilai apakah variabel variabel bebas sangat berkorelasi dalam

suatu model regresi linier. Ketika terdapat korelasi yang tinggi di antara variabel bebas, maka hubungannya dengan variabel terikat dapat terganggu.

Untuk mendeteksi multikolinearitas penelitian ini dapat dilakukan dengan mengamati nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) dan nilai *Tolerance*. Jika nilai $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* > 0 , tidak terdapat multikolinearitas diantara variabel independen. Sebaliknya, jika nilai $VIF > 10$ dan nilai *tolerance* $< 0,1$ terdapat gejala multikolinearitas (Basuki & Prawoto, 2016:62).

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Basuki & Prawoto (2016:63) uji heteroskedastisitas adalah evaluasi terhadap perbedaan varian residual untuk setiap pengamatan model regresi. Ditujukan untuk mengidentifikasi adanya penyimpangan dari persyaratan asumsi klasik dalam model regresi, dimana model regresi diharapkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pendeteksi heteroskedastisitas bagi penelitian ini dilakukan menggunakan metode Grafik Plot (*Scatter Plot*) dikarenakan memungkinkan untuk melihat hubungan korelasi antar variabel secara *visual* pada pola yang terbentuk. Jika tidak memiliki pola teratur pada grafik seperti, mengumpul ditengah, menyempit lalu melebar dan melebar lalu menyempit, maka dapat diasumsikan tidak terjadi heteroskedastisitas (Basuki & Prawoto, 2016:104). Sedangkan, jika terdapat titik-titik yang membentuk pola teratur pada grafik dapat dikatakan terdapat heteroskedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Basuki & Prawoto (2016:45) analisis regresi linier berganda adalah teknik statistik yang berfungsi dalam menyelidiki pengaruh dua maupun lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Bertujuan memprediksi nilai variabel dependen (Y) dan mengetahui arah serta besarnya pengaruh variabel independen (X) dengan satu variabel dependen (Y). Bentuk formula persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini, yaitu :

$$KP = \alpha + \beta_1 K + \beta_2 KPR + \beta_3 WOM + e$$

Keterangan :

KP : Variabel dependen keputusan pembelian

K : Variabel independen kemasan

KPR : Variabel independen kualitas produk

WOM : Variabel independen *word of mouth*

α : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi variabel kemasan

β_2 : Koefisien regresi variabel kualitas produk

β_3 : Koefisien regresi variabel *word of mouth*

e : Residual/Error

Dalam analisis regresi linier berganda tujuan yang ingin dicapai peneliti mengenai analisis pengaruh yang sangat menguasai dalam variabel independen kemasan, kualitas produk serta *word of mouth* terhadap variabel dependen keputusan pembelian, sehingga dapat diketahui berapa besar keterkaitan antara variabel independen dengan variabel dependen tersebut.

3.8.4 Uji Hipotesis

Setelah melakukan analisis analisis linier berganda, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis yang dimanfaatkan guna mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial variabel independen (kemasan, kualitas produk, serta *word of mouth*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Menurut Basuki & Prawoto (2016:22) uji hipotesis merupakan prosedur dalam membuktikan kebenaran karakteristik populasi sesuai data sampel. Dalam statistik, hipotesis yang akan diuji kebenarannya biasanya dibandingkan terhadap hipotesis yang selanjutnya ditolak. Simbol H_0 menunjukkan hipotesis nol yang salah, sedangkan H_a menunjukkan hipotesis alternatif yang benar.

a. Uji t (Uji Parsial)

Menurut Basuki & Prawoto (2016:88) uji t atau uji parsial merupakan pengujian guna menentukan signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun prosedur pengujian hipotesis sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis

H1 : Kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kerupuk puli cap bawang di Kecamatan Lumajang

H2 : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kerupuk puli cap bawang di Kecamatan Lumajang

H3 : *Word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kerupuk puli cap bawang di Kecamatan Lumajang

- 2) Menentukan t_{hitung} dan memastikan besarnya tingkat signifikansi α
Penelitian ini memiliki batas signifikansi α sebesar 5% atau 0,05, sedangkan besarnya t_{hitung} dapat diketahui dari t_{hitung} output SPSS.
- 3) Menentukan besarnya t_{tabel}
Dengan menggunakan uji dua sisi, t_{tabel} dapat ditemukan dengan melihat tabel statistik dalam tingkat signifikansi α sejumlah 5% atau 0,05 dan derajat kebebasan $df = n - k$ dengan keterangan bahwa (n) untuk jumlah data dan (k) untuk jumlah variabel independen dan dependen.
- 4) Membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} sesuai dengan kriteria sebagai berikut:
 - a) Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka Hipotesis (H) diterima.
 - b) Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ maka Hipotesis (H) ditolak.
- 5) Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, dapat ditarik kesimpulan mengenai perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} .

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Basuki & Prawoto (2016:37) koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengevaluasi tingkat keberhasilan garis regresi dapat menjelaskan variasi data. Jika semua data terletak pada garis regresi atau dengan kata lain semua nilai residual adalah nol maka mempunyai garis regresi yang sempurna. Dalam hal ini mengukur seberapa besar keseimbangan variasi variabel dependen yang bisa diartikan oleh seluruh variabel independen. Namun terdapat persoalan penggunaan koefisien determinasi R^2 karena nilai R^2 selalu menarik ketika

menambahkan variabel independen X kedalam model, meskipun penambahannya belum tentu mempunyai pembedaan dari teori ekonomi. Untuk mengatasinya, para ahli mengembangkan alternatif R^2 yang disesuaikan (*Adjusted R²*), yaitu memberikan nilai yang lebih akurat dengan mempertimbangkan jumlah variabel independen yang dimanfaatkan dalam model.

Dalam penelitian ini, koefisien determinasi R^2 akan dimanfaatkan dalam menentukan seberapa besar variabel independen kemasan, kualitas produk serta *word of mouth* dengan variabel dependen keputusan pembelian pada produk kerupuk puli cap bawang di Kecamatan Lumajang.

