BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Berikut adalah rencana tempat dan waktu penelitian yang akan dilaksanakan peneliti.

3.1.1 Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di CV. Cahaya Abadi sebagai pusat distribusi, serta observasi lapangan dilakukan di pasar-pasar wilayah Surakarta (seperti Pasar Kota Surakarta, Pasar Delanggu, atau Pasar Pedan) yang merupakan area distribusi utama peneliti.

3.1.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama satu bulan, terhitung mulai tanggal 1 Januari 2026 sampai dengan 2 Februari 2026.

Jadwal Penelitian:

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4
Observasi lapangan dan penyusunan kuesioner	■			
Uji validitas dan reliabilitas kuesioner		■		
Penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian di pasar Surakarta.			■	
Pengolahan data menggunakan SPSS dan penyusunan laporan hasil penelitian.				■

3.2 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini bersifat kuantitatif yang menggunakan dua jenis data:

3.2.1 Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari responden (konsumen Ladaku di Surakarta) melalui penyebaran kuesioner yang berisi pernyataan terkait kualitas, harga, dan minat beli.

3.2.2 Data Sekunder

Data pendukung yang diperoleh dari internal CV. Cahaya Abadi, seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi, dan tren data penjualan Ladaku di wilayah Surakarta selama periode penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2022), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Seluruh konsumen (ibu rumah tangga, pelaku usaha kuliner, dan pembeli umum) yang melakukan pembelian produk Ladaku di pasar-pasar wilayah Surakarta. Karena di pasar Surakarta memiliki pelanggan fluktuatif setiap hari, maka jumlah pastinya tidak diketahui. Oleh karena itu, populasi dalam penelitian ini dikategorikan sebagai populasi tak terbatas (*infinite population*).

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili karakteristik keseluruhan populasi (Arikunto, 2019). Untuk menjaga keakuratan data dalam analisis regresi, maka ditetapkan jumlah sampel sebanyak 30 responden. Menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan metode *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara tidak

sengaja bertemu dengan peneliti saat membeli Ladaku di pasar Surakarta akan dijadikan responden.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional diperlukan agar variabel dapat diukur secara kuantitatif menggunakan Skala Likert (1-5).

Tabel 3. 2 Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item Pertanyaan
Kualitas Produk (X_1)	Persepsi konsumen terhadap keunggulan fisik dan rasa Ladaku.	1. Kemurnian lada (100%).	1,3
		2. Ketajaman aroma.	1
		3. Konsistensi rasa pedas.	2
		4. Kualitas kemasan higienis.	4,5
Harga (X_2)	Nilai uang yang dikeluarkan konsumen untuk manfaat Ladaku.	1. Keterjangkauan harga.	6
		2. Daya saing dengan merk lain.	7
		3. Kesesuaian harga dengan kualitas.	8,9
		4. Kesesuaian harga dengan manfaat.	10
Minat Beli (Y)	Kecenderungan konsumen untuk membeli kembali Ladaku.	1. Minat transaksional (berniat membeli).	11,12
		2. Minat referensial (merekomendasikan).	13

		3. Minat preferensial (pilihan utama).	14,15

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang relevan dan akurat, penelitian ini menggunakan beberapa teknik berikut:

1. Observasi (*Observation*). Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan jual beli di Pasar Surakarta untuk memahami kondisi nyata di lapangan.
2. Kuesioner (*Questionnaire*). Kuesioner disusun menggunakan skala Likert lima tingkat untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian, yaitu: 5 = Sangat Setuju, 4 = Setuju, 3 = Kurang Setuju, 2 = Tidak Setuju, 1 = Sangat Tidak Setuju. Instrumen disebarkan langsung dan juga melalui *Google Form* guna memperluas jangkauan responden. Butir-butir pernyataan dalam instrumen kuesioner ini disusun secara sistematis dengan mengacu pada indikator-indikator penelitian yang telah dijabarkan pada Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel, guna menjamin validitas isi dari alat ukur yang digunakan
3. Studi Pustaka (*Library Research*). Teknik ini dilakukan dengan menelaah literatur seperti buku, jurnal, dan artikel ilmiah yang relevan dengan topik penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari kuesioner akan dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 dengan tahapan sebagai berikut:

3.6.1 Uji Instrumen Penelitian

Sebelum data dianalisis, instrumen (kuesioner) harus melewati dua uji:

1. Uji Validitas, dilakukan untuk mengetahui sejauh mana item dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud. Item dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (α = 0,05).
2. Uji Reliabilitas, digunakan untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian dengan teknik Cronbach's Alpha. Kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai α > 0,60 (Sugiyono, 2022).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi, data diuji untuk memastikan model bebas dari pelanggaran asumsi klasik, yaitu:

1. Uji Normalitas, Untuk memastikan bahwa residual terdistribusi normal. Uji dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Data dikatakan normal jika nilai signifikansi > 0,05.
2. Uji Multikolinearitas: Memastikan tidak ada hubungan linear yang kuat antar variabel independen (X_1dan X_2).
3. Uji Heteroskedastisitas: Memastikan tidak ada ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Metode ini digunakan untuk menguji pengaruh dua variabel independen secara bersama-sama terhadap satu variabel dependen. Untuk mengestimasi besarnya perubahan variabel Minat Beli (Y) jika variabel Kualitas (X_1) dan Harga (X_2) diubah.

Berikut adalah rumusnya :

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

Keterangan:

Y = Minat Beli

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

e = Faktor kesalahan (*error term*)

3.6.4 Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial), Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui apakah secara parsial Kualitas Produk (X_1) berpengaruh terhadap Minat Beli (Y), dan apakah secara parsial Harga (X_2) berpengaruh terhadap Minat Beli (Y). Berikut rumusnya;

$$t = \frac{b_i}{Sb_i}$$

Dimana :

t: Merupakan nilai t_{hitung} yang akan dibandingkan dengan t_{tabel}untuk menentukan signifikansi hipotesis.

b_i: Koefisien Regresi dari masing-masing variabel independen. Dalam penelitian Anda, ini merujuk pada nilai koefisien untuk Kualitas Produk (X_1) atau Harga (X_2).

Sb_i: Adalah Standar Error dari koefisien regresi tersebut. Nilai ini menunjukkan tingkat penyebaran atau kesalahan standar dari estimasi koefisien.

2. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk menganalisa apakah Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y). Kriteria Pengambilan Keputusan:Jika nilai Sig. < 0,05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_2 diterima (Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli).Jika nilai Sig. > 0,05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_2 ditolak (Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli).
3. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai yang menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Untuk melihat seberapa besar

persentase kontribusi pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) terhadap naik turunnya Minat Beli (Y).

Interpretasi: Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1. Jika nilai mendekati 1, berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.