

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 OBJEK PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari rasa dan harga terhadap keputusan pembelian donat lumier. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, yaitu metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel yang umumnya dilakukan secara acak.

Menurut Sugiyono (2017), lokasi penelitian adalah tempat atau wilayah yang menjadi sasaran atau objek penelitian. Lokasi penelitian harus dipilih dengan pertimbangan yang matang dan sesuai dengan tujuan, latar belakang, dan masalah penelitian.

Penelitian di lakukan di daerah Gentan, Sukoharjo, provinsi Jawa Tengah, Negara Indonesia.

3.2 SUMBER DAN DATA PENELITIAN

Data primer

Istilah "data primer" mengacu pada informasi yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri selama kerja lapangan. Pengamatan langsung terhadap

aktivitas penjualan di lokasi penelitian dan kuesioner tertutup yang diberikan kepada pelanggan Donat Lumier Gentan Sukoharjo digunakan untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian ini.

Data sekunder

Data primer dikumpulkan oleh peneliti sendiri; data sekunder, di sisi lain, berasal dari sumber yang dapat diakses publik. Data penjualan produk Lumier Donuts dari September hingga Oktober 2025 digunakan sebagai data sekunder dalam analisis ini.

3.3 POPULASI DAN SAMPEL

Menurut Sugiyono (2019), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi produk donat pada Donat Lumier.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dijadikan sebagai sumber data dalam penelitian. Pengambilan sampel dilakukan apabila jumlah populasi cukup besar sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh anggota populasi. Menurut Sugiyono (2019), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel harus mampu mewakili populasi agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Non-Probability Sampling dengan metode Purposive Sampling, menurut Sugiyono (2019), purposive sampling adalah Teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena tidak semua konsumen memenuhi kriteria penelitian. Oleh karena itu penelitian menetapkan beberapa kriteria responden. Responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini memiliki kriteria konsumen pernah beli produk Donat Lumier, konsumen membeli produk minimal 1 kali, konsumen berusia minimal 17 tahun. Peneliti menetapkan jumlah responden sebanyak 100 responden.

3.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengambilan sampel dengan kuesioner tertutup (skala Likert) disebarkan secara langsung kepada konsumen Donat Lumier di Gentan, Sukoharjo. Data akan dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Peneliti menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert 1-5 yang diberikan kepada konsumen Donat Lumier Gentan Sukoharjo yang mengikuti kriteria sampel. Kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel rasa, harga, dan keputusan pembelian, dan diisi langsung oleh responden baik secara offline maupun online, selain itu juga menggunakan wawancara untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam.

Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, di mana responden hanya dapat memilih jawaban yang sudah disediakan, sehingga jawabannya sudah terikat dan responden tidak dapat memberikan jawaban secara bebas. metode pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Observasi. Pengamatan langsung yang dapat dilakukan melalui seluruh alat indra.
2. Kusioner. Pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan kepada responden untuk menjawabnya.

Menurut Sugiyono (2019), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur serta mengetahui apa yang diharapkan dari responden. Dalam penelitian ini, kuesioner disusun menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang diberikan.

3.5 DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional variable merupakan penjelasan mengenai variable penelitian yang dirumuskan berdasarkan karakteristik yang dapat diukur. Definisi operasional bertujuan untuk memberikan Batasan yang jelas mengenai variable penelitian sehingga dapat diukur secara empiris. Menurut Sugiyono (2019), definisi operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat

atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan adanya definisi operasional, peneliti dapat menentukan indikator pengukuran yang jelas sehingga penelitian dapat dilakukan secara sistematis dan terarah.

Tabel III.1 Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi Teoritis	Indikator
1.	Rasa (X1)	Rasa merupakan bagian dari kualitas produk yang berkaitan dengan karakteristik sensorik seperti cita rasa, aroma, tekstur, dan tampilan yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. (Kotller & Keller, 2016)	1. Kelezatan rasa produk 2. Variasi rasa produk 3. Kesesuaian rasa dengan selera konsumen 4. Konsistensi rasa produk
2.	Harga (X2)	Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa serta nilai yang ditukar konsumen atas manfaat produk tersebut. (Kotler & Armstrong, 2019).	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk.

3.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan konsumen dimana konsumen benar-benar melakukan pembelian terhadap suatu produk. (Kotler & Keller, 2016).	1. Keyakinan terhadap produk 2. Keinginan membeli produk 3. Kesiediaan melakukan pembelian ulang 4. Merekomendasikan produk kepada orang lain.
----	-------------------------	---	---

3.6 TEKNIK ANALISIS

Analisis data bertujuan untuk mencari informasi dari data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2018, hlm. 147), teknik analisis data kuantitatif dilakukan setelah data dari seluruh responden (populasi atau sampel) telah terkumpul. Dalam penelitian ini, tiga variabel independen dan satu variabel dependen dianalisis untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel lain.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif, dengan metode deskriptif. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada responden, yang diisi melalui Google Form. Sementara itu, data sekunder berupa teori-teori yang mendukung penelitian ini. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen penelitian dikatakan valid apabila pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Menurut Ghazali (2018), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Kemampuan pertanyaan kuesioner untuk menilai variabel yang diteliti rasa, harga, dan keputusan pembelian ditentukan melalui uji validitas. Untuk setiap item pernyataan, korelasi item total yang dikoreksi digunakan untuk memverifikasi validitas. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji validitas sebagai berikut: Bilamana angka r hitung $> r$ tabel, maka item pernyataan disebut valid. Bilamana dalam angka r hitung $< r$ tabel, maka item pernyataan disebut tidak valid dan tidak digunakan dalam analisis selanjutnya. Nilai r tabel ditentukan berdasarkan jumlah responden (n) dan signifikan 5% ($\alpha = 0,05$).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu instrumen penelitian. Instrumen dikatakan reliabel apabila digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang relatif konsisten. Menurut Ghazali (2018), reliabilitas

adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah instrument disebut reliabilitas apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ dan instrumen disebut tidak reliabilitas apabila nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan serangkaian pengujian yang dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linear memenuhi asumsi statistik sehingga hasil analisis dapat digunakan secara akurat dan tidak bias.

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data penelitian mengikuti distribusi normal. Untuk memastikan normalitas, uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan. Kriteria pengambilan keputusan: bilamana angka signifikan (sig.) $> 0,05$, maka berdistribusi normal, bilamana angka signifikansi (sig.) $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tujuan uji multikolinearitas adalah untuk mengidentifikasi korelasi signifikan antara variabel independen model regresi. Menurut Ghazali (2018), model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi antar variabel bebas. Nilai faktor inflasi toleransi dan faktor inflasi varians diperiksa untuk melakukan pengujian. Kriteria pengambilan keputusan: tidak terjadi mu

multikolinearitas apabila nilai toleransi $> 0,10$ dan nilai inflasi < 10 . Terjadi multikolinearitas apabila nilai toleransi $< 0,10$ dan nilai inflasi > 10 .

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Menurut Ghozali (2018), model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau memiliki varians residual yang sama. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser. Kreteria pengambilan keputusan: bilamana angka signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Bilamana angka signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Armstrong (2019:689), analisis uji regresi adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk memperkirakan hubungan antara variabel-variabel. Untuk mengetahui pengaruh variable rasa (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Donat Lumier. Model persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = konstanta atau titik potong Y

b₁, b₂ = koefien regresi atau beta

X1 = Rasa

X2 = Harga

E = eror

5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui kebenaran hipotesis penelitian yang telah dirumuskan, dengan tahapan sebagai berikut:

a. Uji T (Persial)

Uji T dipergunakan untuk mengetahui pengaruh masing- masing variable independent secara persial kepada variable dependen. Kreteria pengambilan keputusan: Bilamana angka Sig. < 0,05, maka hipotesis diterima (memengaruhi signifikan). Bilamana angka Sig. > 0,05, maka hipotesis ditolak (tidak memengaruhi signifikan).

b. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) dipergunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variable rasa dan harga dalam menjelaskan variasi keputusan pembelian. Nilai R² berada antara 0 sampai 1. Semakin besar nilai R², maka semakin besar kemampuan variable independent dalam menjelaskan variable dependen, sementara sisa diterangkan oleh variable lain di luar model penelitian.

Menurut Ghozali (2016) nilai koefisien determinasi yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan

variabel dependen sangat terbatas, Sebaliknya jika nilai mendekati 1 (satu) dan menjauhi 0 (nol) memiliki arti bahwa variabel – variabel independen memiliki kemampuan memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen Ghozali (2016).