

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan 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/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Murjani (2022), mengutip pendapat Sugiyono, metode penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang berpijak pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel yang umumnya dilakukan secara acak (random). Data dikumpulkan melalui instrumen penelitian dan kemudian dianalisis secara kuantitatif/statistik dengan tujuan utama untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. (Jauza & Albina, 2025)

Pendekatan kuantitatif sangat bergantung pada prinsip-prinsip positivisme, yang menekankan bahwa fenomena dapat diamati, diukur, dan diklasifikasikan secara objektif. Dalam konteks ini, penelitian kuantitatif dinilai mampu memberikan generalisasi yang luas melalui penggunaan sampel yang representatif dan teknik analisis data yang terstandar. Karena itulah pendekatan ini sering digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang bersifat sebab-akibat, hubungan antar variabel, serta uji efektivitas suatu perlakuan.

Filsafat positivisme memandang realitas/gejala/fenomena itu dapat diklasifikasikan, relative tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Penelitian pada umumnya dilakukan pada popuasi atau sampel tertentu yang representative. Proses penelitian bersifat deduktif, Dimana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis. Hipotesis tersebut selanjutnya diuji melalui pengumpulan data lapangan. Untuk mengumpulkan data digunakan instrument penelitian. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan statistic deskriptif atau inferensial sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak. Penelitian kuantitatif pada umumnya dilakukan pada sampel yang diambil secara random, sehingga Kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi Dimana sampel tersebut diambil.(Jauza & Albina, 2025)

3.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah variabel-variabel yang diteliti, yaitu kualitas produk, harga, dan minat beli konsumen. Kualitas produk sebagai variabel independen pertama diukur melalui indikator tampilan, rasa, dan kesegaran. Variabel harga sebagai variabel independen kedua diukur melalui indikator kesesuaian manfaat dan harga, harga yang kompetitif, serta efektivitas biaya.

Sementara itu, minat beli konsumen sebagai variabel dependen diukur melalui indikator kualitas produk, perlindungan lingkungan, dan nilai nutrisi.

Ketiga variabel tersebut dipilih karena dianggap relevan dalam menjelaskan perilaku konsumen dalam membeli produk durian.

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bandung, khususnya pada lokasi penjualan durian Eksplorasi Durian Nusantara Kota Baru Parahyangan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada tingginya minat masyarakat terhadap konsumsi durian serta keberagaman jenis durian yang ditawarkan.

Waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret sampai dengan bulan Juli tahun 2026, yang dimulai dari tahap persiapan, pengumpulan data, hingga pengolahan data, agar proses pengumpulan data dapat berjalan secara optimal.

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Persiapan Penelitian	√					
2	Pengajuan Judul		√				
3	Pengumpulan Data		√				
4	Analisis Data			√			
5	Penyusunan Laporan Skripsi				√	√	√

3.4 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan suatu rancangan sistematis yang digunakan sebagai pedoman dalam melaksanakan penelitian agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai secara efektif. Menurut penelitian dalam jurnal Design Penelitian Kuantitatif: Pengertian dan Macam-macam Jenisnya, desain penelitian kuantitatif merupakan suatu kerangka kerja yang disusun secara terstruktur untuk mengarahkan proses pengumpulan serta analisis data dalam rangka menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Dengan demikian, desain penelitian tidak hanya

berfungsi sebagai rencana, tetapi juga sebagai panduan operasional dalam seluruh tahapan penelitian.(Tsaniya et al., 2022)

Dalam penelitian ini, desain yang digunakan adalah desain kausalitas, yaitu desain yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Pendekatan ini digunakan karena penelitian ingin menguji pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen. Konsep hubungan kausalitas dalam penelitian kuantitatif umumnya dianalisis menggunakan teknik statistik untuk melihat pengaruh antar variabel. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa analisis statistik digunakan untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat antara variabel bebas dan variabel terikat dalam suatu penelitian.(Kurniawan citra & 2022, n.d.)

Selain itu, desain penelitian juga mencakup paradigma atau model hubungan antar variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan menggambarkan bahwa kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) memengaruhi minat beli konsumen (Y). Hubungan ini menunjukkan bahwa perubahan pada variabel independen akan berdampak pada variabel dependen. Desain seperti ini banyak digunakan dalam penelitian kuantitatif karena mampu menjelaskan hubungan antar variabel secara jelas dan terukur. Dengan adanya paradigma penelitian, peneliti dapat lebih mudah dalam merumuskan hipotesis serta menentukan teknik analisis yang sesuai.

Untuk menguji hubungan antar variabel tersebut, digunakan model analisis regresi linear berganda. Model ini dipilih karena mampu menjelaskan pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen secara simultan

maupun parsial. Persamaan regresi yang digunakan adalah $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$, dimana Y merupakan minat beli, X_1 kualitas produk, dan X_2 harga. Penggunaan regresi dalam penelitian kausalitas dinilai efektif karena dapat menggambarkan hubungan fungsional antar variabel secara kuantitatif. Dengan demikian, desain penelitian ini diharapkan mampu memberikan hasil yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3.5 Variabel dan Operasional Variabel

3.5.1 Variabel Penelitian

Pada dasarnya variable penelitian merupakan objek atau elemen yang ditetapkan oleh peneliti untuk dieksplorasi dan dipahami, dengan harapan dapat memperoleh informasi dan Menyusun Kesimpulan (paramita, 2021). Adapun variable.

Tabel 3. 2Variabel dan Operasional

Variabel	Indikator	Definisi	Skala
Kualitas (X_1)	• Tampilan • Rasa • Kesegaran	kualitas produk berkaitan erat dengan kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara optimal. (Arlisa et.al, 2023)	Likert
Harga (X_2)	• Manfaat dan Harga • Harga yang Kompetitif • Efektivitas Biaya	harga merupakan sejumlah nilai yang harus dikorbankan oleh konsumen, baik dalam bentuk uang maupun bentuk lain, untuk memperoleh suatu produk atau jasa.	Likert

Variabel	Indikator	Definisi	Skala
		(Najwah dan Chasanah 2023)	
Minat Beli (Y)	- Kualitas Produk - Perlindungan Lingkungan - Nilai Nutrisi	meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap berbagai penyakit yang disebabkan oleh pola konsumsi makanan dan minuman mendorong perubahan perilaku konsumen dalam memilih produk. (M Stansyah et al, 2023)	Likert

3.5.2 Definisi Operasional dan Indikator

- Kualitas (X1) : Tampilan, Rasa, Kesegaran
- Harga (X2) : Keseuaian Harga, Harga Kompetitif, Efektivitas Biaya
- Minat Beli (Y) : Kualitas Produk, Perlindungan Lingkungan, Nilai Nutrisi.

3.5.3 Skala Pengukuran

Variabel penelitian merupakan atribut atau sifat yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen terdiri dari kualitas produk dan harga, sedangkan variabel dependen adalah minat beli konsumen.

Secara konseptual, kualitas produk diartikan sebagai kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Harga merupakan nilai yang harus

dibayarkan konsumen untuk memperoleh produk. Sedangkan minat beli adalah kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Definisi operasional dari masing-masing variabel dijabarkan melalui indikator yang telah ditentukan.

Pengukuran variabel dilakukan menggunakan skala Likert, dimana responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap setiap pernyataan. Skala yang digunakan terdiri dari lima tingkat, yaitu;

Tabel 3. 3Skala Likert

1 = Sangat tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Cukup
4 = Setuju
5 = Sangat Setuju

3.6 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.6.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019).

Menurut *Corper, Donald, R; Schindler, Pamela S* (2003) menyatakan bahwa *“Population is the total collection of element about which we wish to make some inference... A population element is the subject on which the measurement is being taken. It is the unit of study”*. Populasi adalah, keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti (Sugiyono, 2019).

Berdasarkan hal tersebut, maka populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan Eksplorasi Durian Nusantara.

3.6.2 Sampel

Menurut Djarwanto (1994:43) sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti. Sampel yang baik adalah sampel yang kesimpulannya dapat dikenakan pada populasi, artinya sampel yang bersifat representatif atau yang dapat menggambarkan karakteristik populasi (Elvera & Astarina, 2021).

Sudjana dan Ibrahim (2004:85), sampel adalah sebagian populasi yang dapat dijangkau serta memiliki sifat yang sama dengan populasi yang diambil sampelnya tersebut (Elvera & Astarina, 2021).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. menggunakan rumus *cochran*. Perhitungan jumlah sampel penelitian sebagai berikut:

Rumus : $n = \frac{z^2 P q}{e^2}$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Harga dalam curve normal dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

$q = \text{Peluang salah } 50\% = 0,5$

$e = \text{Tingkat kesalahan (10\%)}$

Maka :

$$n = \frac{z^2 p q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

$$n = 96 \text{ sampel}$$

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel dan diberikan kepada responden secara langsung. Responden diminta untuk memberikan jawaban sesuai dengan kondisi yang mereka rasakan.

3.8 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian dilakukan untuk menguji alat ukur yang digunakan apakah valid dan reliabel. Menurut Sugiono 2013, instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Sedangkan menurut Purwanto 2018, instrumen penelitian pada dasarnya alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Instrumen penelitian dibuat sesuai dengan tujuan pengukuran dan teori yang digunakan sebagai dasar. (Widid & Ladyani, 2023)

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menentukan keaslian data yang diperoleh dari kuesioner. Pengujian dilakukan dengan mengkorelasikan skor tiap pernyataan dengan skor total menggunakan korelasi *Product Moment Pearson*. Nilai korelasi yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel.

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

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y
- n = Jumlah pasangan data (responden/sampel)
- $\sum X$ = Jumlah total skor variabel X
- $\sum Y$ = Jumlah total skor variabel Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dari skor variabel X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dari skor variabel Y
- $\sum XY$ = Jumlah perkalian antara skor X dan skor Y

Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel} \rightarrow$ item dinyatakan valid
- b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel} \rightarrow$ item dinyatakan tidak valid

Uji validitas sangat penting karena menentukan apakah setiap pernyataan dalam kuesioner layak digunakan dalam penelitian.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dipakai untuk menilai konsistensi kuesioner, yaitu apakah jawaban dari individu terhadap pertanyaan tetap sama atau stabil seiring waktu (Prof. H.Imam Ghozali, 2021). Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach Alpha. Nilai Cronbach Alpha menunjukkan tingkat konsistensi internal dari suatu instrument.

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

- α = koefisien reliabilitas
- k = jumlah item pertanyaan
- $\Sigma \sigma_b^2$ = total varians item
- σ_t^2 = varians total

Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel} \rightarrow$ item dinyatakan valid
- b. Jika $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel} \rightarrow$ item dinyatakan tidak valid

3.9 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan untuk mengolah data yang telah dikumpulkan sehingga dapat menghasilkan informasi yang relevan dan menjawab rumusan masalah penelitian. Proses analisis dilakukan secara bertahap, mulai dari analisis deskriptif hingga pengujian hipotesis menggunakan pendekatan statistik. Menurut penelitian dalam jurnal *Statistical Data Analysis in Quantitative Research*, analisis data kuantitatif bertujuan untuk menginterpretasikan data numerik sehingga

dapat menjelaskan hubungan antar variabel secara objektif. Dengan demikian, teknik analisis data menjadi bagian penting dalam penelitian kuantitatif untuk memperoleh kesimpulan yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

3.9.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden serta distribusi jawaban terhadap kuesioner yang telah disebar. Analisis ini meliputi penyajian data dalam bentuk tabel, persentase, serta nilai rata-rata dari masing-masing variabel. Menurut penelitian dalam jurnal *Descriptive Statistics in Consumer Behavior Research*, analisis deskriptif berfungsi untuk menjelaskan kondisi data secara umum tanpa melakukan pengujian hubungan antar variabel. Dengan menggunakan analisis ini, peneliti dapat mengetahui kecenderungan jawaban responden terhadap kualitas produk, harga, dan minat beli konsumen pada produk durian.

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Dalam asumsi Uji t bahwa nilai residual harus mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik tidak valid untuk penelitian dengan jumlah sampel kecil. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak:

Syarat dan ketentuan uji normalitas:

- 1) Uji ini memastikan bahwa data yang dihasilkan memiliki distribusi normal sehingga hasil estimasi tidak bias.

- 2) Uji normalitas dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* atau *Shapiro-Wilk*.
- 3) Nilai signifikansi (Asymp. Sig 2-tailed) harus $> 0,05$.
- 4) Jika nilai signifikansi tidak terpenuhi maka harus dilakukan transformasi data, menambah sampel, atau dengan statistik non parametrik.

2) Uji Multikolinearitas

Gejala multikolinearitas didefinisikan sebagai kondisi di mana terdapat hubungan acak atau korelasi antarvariabel bebas dalam satu model regresi. Berdasarkan pandangan Widarjono (2013), sebuah model analisis regresi yang ideal disyaratkan untuk terbebas dari adanya korelasi antarvariabel independen tersebut. Sebagai kaidah dasar atau aturan praktis dalam mengidentifikasi indikasi masalah ini, peneliti dapat mencermati nilai koefisien korelasi antar komponen variabel bebas dengan ketentuan: jika angka korelasi antarvariabel independen tersebut melebihi 0,85, maka model diindikasikan kuat mengalami multikolinearitas. Sebaliknya, apabila besaran korelasi berada di bawah angka 0,85, maka dapat ditarik kesimpulan awal bahwa model regresi tersebut bersih dari bias multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Mengacu pada teori dari Widarjono 2018, gejala heteroskedastisitas digambarkan sebagai kondisi di mana unsur pengganggu atau residu di dalam model tidak memiliki varians yang konstan (bersifat tidak setara). Guna mengidentifikasi keberadaan indikasi masalah ini, peneliti dapat memilih beberapa

instrumen pengujian. Secara garis besar, metode deteksi tersebut diungkapkan menjadi dua pendekatan, yaitu metode informal melalui pencermatan pola sebaran pada grafik, serta metode formal matematis seperti pengujian Park ataupun pengujian Glejser (Widid & Ladyani, 2023). Pada pelaksanaan analisis data pada penelitian ini, alat ukur yang dipilih oleh peneliti untuk mendeteksi keberadaan gejala heteroskedastisitas adalah uji Glejser. Mekanisme operasional dari pengujian Glejser ini dilakukan dengan cara melakukan analisis regresi yang memosisikan seluruh variabel bebas sebagai prediktor terhadap nilai logaritma dari kuadrat residual yang bertindak sebagai variabel terikatnya. Adapun tolok ukur atau parameter kesimpulan dalam pengujian ini dirumuskan melalui ketentuan sebagai berikut:

- a. Nilai $\text{sig} \geq 0.05$ menyatakan tidak terdapat heteroskedastisitas.
- b. Nilai $\text{sig} < 0.05$ menyatakan terdapat heteroskedastisitas.

3.9.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghazali (2021) menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda digunakan dengan tujuan untuk mengetahui seperti apa besarnya pengaruh secara simultan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus menurut Ghazali (2021) sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Minat Beli

- X_1 = Kualitas Produk
- X_2 = Harga
- β = Koefisien Regresi variabel bebas
- e = Standar Error (Tingkat Kesalahan)

Koefisien regresi menunjukkan arah dan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

3.9.4 Uji Hipotesis

Bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan dua cara, yaitu:

(a). Uji t (parsial)

Menurut Ghazali (2021) Uji t-statistik digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian terhadap variabel dependen secara parsial.

Kriteria:

- $\text{Sig} < 0,05 \rightarrow H_1$ diterima (berpengaruh signifikan)
- $\text{Sig} \geq 0,05 \rightarrow H_1$ ditolak

(b). Uji F (simultan)

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen,

Kriteria:

- $\text{Sig} < 0,05 \rightarrow$ model layak
- $\text{Sig} \geq 0,05 \rightarrow$ model tidak layak

3.9.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dalam model penelitian. Menurut Imam Ghozali (2021), nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0 hingga 1. Semakin mendekati angka 1, maka semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati 0, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Dengan demikian, koefisien determinasi memberikan gambaran mengenai seberapa besar kontribusi kualitas produk dan harga dalam memengaruhi minat beli konsumen. Hasil analisis ini akan membantu peneliti dalam menarik kesimpulan mengenai kekuatan hubungan antar variabel dalam penelitian.