

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Obyek/Subyek Penelitian**

Obyek penelitian ini adalah konsumen atau pembeli produk gerabah di Dukuh Kajen, Desa Kasongan, Kec. Bangunjiwo, Kab. Bantul, Provinsi Yogyakarta. Terpilihnya Desa Kasongan sebagai lokasi penelitian ini adalah berdasarkan pertimbangan pertama, dari hasil studi dokumentasi dan observasi ditemukan bahwa Desa Kasongan ini merupakan sentra industri gerabah di D.I Yogyakarta.

#### **B. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian (responden) yaitu kepada pembeli produk gerabah di Desa Kasongan Bantul untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner).

Jenis penelitian adalah analisis kuantitatif statistik yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, pendapatan, harga barang lain dan selera terhadap permintaan produk gerabah di desa Kasongan Bantul. merupakan analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka-angka dan cara pembahasannya. Dalam penelitian ini menggunakan program IBM SPSS Statistics 20.

### C. Teknik Pengambilan Sampel

#### 1. Populasi

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2001:60), yaitu: “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”. Populasi dalam penelitian ini adalah 1.500 pengunjung (UPT Pengembangan Keramik Kasongan, 2018) yang melakukan pembelian produk gerabah di desa Kasongan bantul.

#### 2. Sampel Penelitian

Tehnik sample yang diambil menggunakan *Accidental Sampling* berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang bertemu peneliti dan sesuai dengan karakteristik, maka orang tersebut dapat dijadikan sebagai sample (Sugiono, 2008). Salah satu cara untuk mengambil sampel adalah dengan metode slovin. Menurut metode slovin pengambilan sampel dari populasi yang sudah diketahui jumlahnya dapat diambil dengan rumus sebagai berikut (Reni Pratiwi, 2010):

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

$$n = \frac{1500}{1 + 1500 (0.1^2)}$$

$$n = \frac{1500}{1 + 1500 (0.01)}$$

$$n = \frac{1500}{16}$$

$$n = 93,75$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir  
(nilai kritis)

Dalam jumlah sampel yang telah ditentukan di atas, tiap kategori diatur sedemikian rupa agar jumlah sampel yang diambil memenuhi persyaratan. Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan *Accidental Sampling* yaitu penentuan sampel secara spontanitas dan sesuai dengan kriteria konsumen yang pernah melakukan pembelian produk gerabah di Desa Kasongan Bantul.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

##### **a. Kuesioner**

Teknik ini dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner atau angket yang digunakan bersifat terstruktur dengan pertanyaan terbuka yang ditujukan untuk mengetahui kondisi permintaan konsumen pada produk gerabah. Angket adalah pertanyaan formal secara konsisten, terangkai dan tertulis yang ditunjukkan untuk memperoleh informasi dari responden. Pada penelitian ini data diperoleh dengan menyebarkan

instrumen penelitian atau kuisioner kepada responden yang telah ditetapkan.

Adapun metode pengolahannya adalah sebagai berikut:

a. Pengeditan

Pengeditan adalah memilih atau mengambil data yang perlu dan membuang data yang dianggap tidak perlu untuk memudahkan perhitungan dalam pengujian hipotesa.

b. Pemberian Kode

Pemberian kode tertentu terhadap beranekaragamnya jawaban dari kuisioner yang dikelompokkan ke dalam kategori yang sama.

c. Pemberian Skor

Scoring adalah suatu kegiatan yang berupa penelitian atau pengharapan yang berupa angka-angka kuantitatif yang diperlukan dalam perhitungan hipotesa. Atau mengubah data yang kualitatif kedalam bentuk kualitatif. Dalam perhitungan scoring digunakan skala likert yang pengukurannya sebagai berikut (Sugiyono, 2004:1) :

Skor 1 untuk penilaian Sangat tidak setuju (STS)

Skor 2 untuk penilaian Tidak setuju (TS)

Skor 3 untuk penilaian Setuju (S)

Skor 4 untuk penilaian Sangat setuju (ST)

d. Tabulasi

Tabulasi adalah suatu kegiatan pengelompokan atas jawaban-jawaban yang dilakukan secara teliti dan teratur kemudian data tersebut dihitung dan dijumlahkan sampai terwujud dalam bentuk tabel yang bermanfaat dan berdasarkan tabel ini pula akan dipakai untuk membuat data yang berguna untuk mendapatkan hubungan atas variabel yang ada.

**E. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan. Pengamat akan dapat memprediksi ataupun menerangkan variabel dalam variabel terikat beserta perubahannya yang terjadi kemudian. Variabel terikat beserta perubahannya yang terjadi kemudian. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Sedangkan variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel terikat dan mempunyai hubungan bagi variabel terikat nantinya (Mudrajad, 2003 : 42 dalam Intan Sari ZR, 2010). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah persepsi harga, pendapatan, harga substitusi, dan selera. Berikut ini dijelaskan definisi masing-masing variabel:

1. Harga persepsi harga dapat dipandang dari kesesuaian antara pengorbanan yang dilakukan konsumen dengan nilai yang akan

diterimanya setelah melakukan pembelian. Dari itulah konsumen akan mempresepsikan harga produk tersebut. Harga ( $x_1$ ) diukur melalui:

- a. Kesesuaian/keterjangkauan harga
  - b. Kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima
  - c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk yang diterima
2. Pendapatan besar kecilnya pendapatan seseorang berpengaruh kepada kemampuan daya beli seseorang. Termasuk membeli produk gerabah. Pendapatan ( $X_2$ ) diukur melalui:
- a. Kesesuaian dengan pendapatan
  - b. Daya beli
  - c. Sumber pendapatan lain
3. Harga barang lain perilaku konsumen dalam membeli produk pasti membandingkan dengan produk lain. Bagaimana harga, dan selera dan yang paling penting harganya. Apalagi sekarang penjual menawarkan berbagai jenis produk, dengan berbagai macam harga, dan mode.
- a. Pemilihan berdasarkan perbandingan harga
  - b. Pemilihan berdasarkan pendapatan
  - c. Pemilihan berdasarkan perbandingan mode
4. Selera jika selera meningkat selera masyarakat meningkat maka permintaan masyarakat akan meningkat dan begitu pula sebaliknya. Selera masyarakat sering disebut dengan mode atau tren. Selera ( $X_4$ ) diukur dengan :
- a. Sesuai dengan selera konsumen

- b. Bentuk produk unik
  - c. Produk ditawarkan bervariasi
5. Keputusan pembelian preferensi konsumen dalam memilih dan membeli produk gerabah merupakan suatu gambaran mengenai alasan-alasan konsumen memilih produk gerabah yang disukai atau diinginkan. Proses pengambilan keputusan konsumen untuk memilih produk gerabah dapat bersifat rasional sesuai manfaat obyektif yang diperoleh dari kepemilikan produk gerabah, namun dapat juga bersifat tidak rasional, yakni memandang kepemilikan produk gerabah secara simbolis dan berkenaan dengan respon emosi. Keputusan pembelian produk gerabah merupakan suatu keputusan konsumen yang diambil setelah dia memperhatikan semua aspek untuk kemudian melakukan pemilihan terhadap alternatif keputusan yang tersedia. Menurut teori perilaku konsumen yang diungkapkan Howard dan Shay sebagaimana dikutip (Antonius 2005 : 29 dalam Intan Sari ZR, 2010), ukuran yang menentukan konsumen dalam membeli suatu produk antara lain adalah: keyakinan, ketertarikan, dan kepercayaan. Keputusan pembelian ( $X_5$ ) diukur dengan:
- a. Kemampuan ketika melakukan pembelian
  - b. Merupakan keputusan yang tepat
  - c. Penawaran yang mendorong pembelian

## **F. Uji Kualitas Instrument Dan Data**

### 1). Uji Validitas

Sebelum digunakan untuk mendapatkan data penelitian, pada kuesioner sebagai instrumen penelitian dilakukan pengujian terlebih dahulu. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Sugiyono, 2014). Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan *Confirmatory Factor analysis* (CFA). Dalam penelitian ini apabila nilai CFA lebih besar dari 0,4 maka variabel tersebut dipertahankan atau valid.

### 2). Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas dapat dilihat dari nilai Cronbach Alpha. Suatu variabel atau konstruk dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  (Ghozali, 2001).

## G. Uji Hipotesis Dan Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh harga, pendapatan, harga barang lain dan selera terhadap permintaan produk gerabah di desa Kasongan Bantul. Model hubungan nilai konsumen dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut (Ghozali, 2005:58 dalam Suryawati,2018) :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Dimana :

Y = Permintaan produk gerabah

a = Konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi untuk variabel harga

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi untuk variabel pendapatan

b<sub>3</sub> = Koefisien regresi untuk variabel harga barang lain

b<sub>4</sub> = Koefisien regresi untuk variabel selera

X<sub>1</sub> = harga

X<sub>2</sub> = pendapatan

X<sub>3</sub>= harga barang lain

$X_3 = \text{selera}$

$e = \text{error} / \text{variabel pengganggu}$

## 2. Uji Hipotesis

### 1. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Untuk menguji kebenaran hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini pengujian dilakukan menggunakan uji T. Menurut Ghozali(2011:163), uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

#### a) Menentukan formasi hipotesis

$H_0 : b_1 = 0$  artinya, tidak ada pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

$H_a : b_1 \neq 0$  artinya, ada pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

a)  $H_0 : b_1 = 0$  (Tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor permintaan yang terdiri dari antara harga ( $X_1$ ), secara parsial berpengaruh terhadap permintaan produk.

$H_a : b_1 \neq 0$  (Ada pengaruh yang signifikan antara faktor permintaan yang terdiri dari antara harga ( $X_1$ ), secara parsial berpengaruh terhadap permintaan produk .

- b)  $H_0 : b_1 = 0$  (Tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor permintaan yang terdiri dari antara pendapatan ( $X_2$ ), secara parsial berpengaruh terhadap permintaan produk gerabah.  
 $H_a : b_1 \neq 0$  (Ada pengaruh yang signifikan antara faktor permintaan yang terdiri dari antara pendapatan ( $X_2$ ), secara parsial berpengaruh terhadap permintaan produk gerabah.
- c)  $H_0 : b_1 = 0$  (Tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor permintaan yang terdiri dari antara harga barang lain ( $X_3$ ), secara parsial berpengaruh terhadap permintaan produk gerabah.  
 $H_a : b_1 \neq 0$  (Ada pengaruh yang signifikan antara faktor permintaan yang terdiri dari antara harga barang lain ( $X_3$ ), secara parsial berpengaruh terhadap permintaan produk gerabah.
- d)  $H_0 : b_1 = 0$  (Tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor permintaan yang terdiri dari antara selera ( $X_4$ ), secara parsial berpengaruh terhadap permintaan produk gerabah.  
 $H_a : b_1 \neq 0$  (Ada pengaruh yang signifikan antara faktor permintaan yang terdiri dari antara selera ( $X_4$ ), secara parsial berpengaruh terhadap permintaan produk gerabah.

## 2. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Menurut (Ghozali, 2011:105), uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan ini berdasarkan

perbandingan nilai dengan melihat tingkat signifikansinya, kemudian membandingkan dengan taraf signifikansi yang telah ditetapkan (5% atau 0,05). Dengan derajat keyakinan tertentu, Jika signifikansi lebih besar dari  $\alpha$  maka  $H_0$  diterima, artinya variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika signifikansinya lebih kecil dari  $\alpha$  maka  $H_0$  ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Langkah-langkah pengujian hipotesis

$H_0 : b_1, b_2, b_3, b_4 = 0$  (Tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga ( $X_1$ ), pendapatan ( $X_2$ ), harga barang lain ( $X_3$ ), selera ( $X_4$ ), secara bersama-sama (simultan) terhadap permintaan produk gerabah.

$H_1 : b_1, b_2, b_3, b_4 \neq 0$  (Ada pengaruh yang signifikan antara harga ( $X_1$ ), pendapatan ( $X_2$ ), harga barang lain ( $X_3$ ), daya selera ( $X_4$ ), secara bersama-sama (simultan) terhadap permintaan produk gerabah.

Pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan dilakukan dengan menggunakan pengolahan data SPSS (*Statistical Package For Social Sciences*).

#### **4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara 0

(nol) dan I (satu). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, Selain itu koefisien determinasi ( $R^2$ ) dipergunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).