

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif-kausalitas (*explanatory research*). Penelitian kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) di Es Cream Momoyo dengan menggunakan data yang bersifat numerik dan dapat dianalisis secara statistik.

Menurut Sugiyono (2019:8) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sementara itu menurut M. Sari et al. (2022:2), penelitian eksplanatif (*explanatory research*) adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei (*survey research*) yaitu penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Menurut Maidiana (2021:22) penelitian survei merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari sejumlah responden dengan menggunakan instrumen kuesioner atau wawancara terstruktur. Metode survei dipilih karena memungkinkan pengumpulan data dari banyak responden secara efisien dan efektif dalam periode waktu yang relatif singkat.

3.2. Objek, Jadwal dan Lokasi Penelitian

3.2.1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk di Es Cream Momoyo. Penelitian ini berfokus pada persepsi

konsumen terhadap kualitas produk dan harga serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mereka.

3.2.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Es Cream Momoyo yang berlokasi di Ciapus, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada beberapa pertimbangan, yaitu:

1. Es Cream Momoyo merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang penyediaan es cream yang cukup dikenal di wilayah Ciapus.
2. Terdapat fenomena fluktuasi penjualan yang menarik untuk diteliti.
3. Lokasi usaha berada di area yang strategis, dekat dengan jalan dengan tingkat lalu lintas yang ramai sehingga berpotensi mempengaruhi tingkat penjualan.
4. Kemudahan akses bagi peneliti dalam melakukan proses pengumpulan data secara langsung di lokasi penelitian.

3.2.3. Jadwal Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk di Es Cream Momoyo baik produk es cream. Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang pertama perencanaan, pelaksanaan sampai penyusunan dan laporan hasil penelitian. Penelitian ini dilakukan pada Momoyo yang berlokasi di Ciapus, Kabupaten Bogor.

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Tahapan Penelitian	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni
1.	Penyusunan Proposal						
2.	Seminar Proposal						
3.	Pengumpulan Data						
4.	Analisis Data						
5.	Penyusunan BAB IV dan BAB V						
6.	Uji Validitas dan Revisi						
7.	Penyelesaian Skripsi dan Sidang						

Sumber : Peneliti (2026)

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama melalui hasil kuesioner dan wawancara langsung kepada responden. Menurut Nurul Melani Haifa et al. (2025:84) data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumbernya. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen Es Cream Momoyo yang menjadi responden penelitian.

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara seperti dokumen, laporan dan referensi ilmiah. Menurut Sugiyono (2019:137) data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari dokumen internal Es Cream Momoyo berupa data penjualan, literatur ilmiah berupa buku teks dan jurnal penelitian serta berbagai sumber referensi yang relevan.

3.4. Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1. Populasi

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 (Hutami, 2024:2). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian produk di Es Cream Momoyo, Ciapus, Bogor.

Namun karena tidak terdapat pencatatan yang merinci jumlah seluruh konsumen yang pernah bertransaksi, maka jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat ditentukan secara pasti (*infinite population*). Dengan demikian pendekatan yang digunakan adalah populasi tak terhingga.

3.4.2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi Sugiyono (2020:81). Karena total populasi tidak diketahui

secara pasti (*infinite population*), maka penentuan jumlah sampel pada penelitian ini dilakukan menggunakan rumus Rao Purba dengan tingkat kesalahan sebesar 10% ($e = 0,1$) dan tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1,96$), sebagai berikut:

$$n = Z^2 / 4(Moe)^2$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Nilai distribusi normal baku pada tingkat keyakinan 95% = 1,96

Moe = Margin of error, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang masih dapat ditolerir adalah 10% (0,1)

Dengan memasukkan nilai tersebut ke dalam rumus Rao Purba, diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = (1,96)^2 / 4(0,1)^2$$

$$n = 3,8416 / 4(0,01)$$

$$n = 3,8416 / 0,04$$

$$n = 96,04 \approx 96 \text{ responden}$$

Dengan demikian jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria responden yang ditetapkan adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Es Cream Momoyo minimal satu kali dalam satu bulan terakhir dan bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner penelitian.

3.5. Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel berfungsi untuk menerjemahkan konsep abstrak ke dalam indikator yang dapat diamati dan diukur secara empiris (Sumarni et al., 2025:82). Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan keputusan pembelian (Y). Berikut adalah operasionalisasi variabel penelitian yang digunakan.

Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X ₁)	Kemampuan produk es cream Momoyo dalam memenuhi fungsi dan harapan konsumen dari segi kejernihan, kebersihan, keamanan, daya tahan, serta rasa dan aroma produk.	1. Performence (Kinerja) 2. Features (Fitur atau ciri-ciri tambahan) 3. Rliability (Reabilitas) 4. Conference to specification (Kesesuaian dengan spesifikasi) 5. Durability (Daya Tahan) 6. Serviceability 7. Esthetics (Estetika) 8. Perceived Quality (Kualitas yang dipersepsikan)	Likert
Harga (X ₂)	Persepsi konsumen terhadap harga yang ditetapkan Es Cream Momoyo, mencakup keterjangkauan, kesesuaian dengan kualitas dan manfaat, serta daya saing harga.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas 3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Daya saing harga	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Sikap dan tindakan konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk Es Cream Momoyo berdasarkan pertimbangan kualitas, harga, dan faktor lainnya.	1. Kemantapan Membeli 2. Kesesuaian dengan Kebutuhan 3. Kebiasaan Membeli 4. Rekomendasi kepada Orang Lain	Likert

Sumber: Peneliti (2026)

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert dengan lima tingkatan. Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019:93). Rincian skala pengukuran Likert yang digunakan dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3.3. Skala Pengukuran

SKOR	JAWABAN	KETERANGAN
5	SS	Sangat Setuju
4	S	Setuju
3	RR	Ragu-Ragu
2	TS	Tidak Setuju
1	STS	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Peneliti (2026)

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019:142). Kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian yaitu Bagian I berisi data identitas responden dan Bagian II berisi pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan variabel kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian. Kuesioner disebarkan secara langsung kepada konsumen Es Cream Momoyo yang memenuhi kriteria responden.

2. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian (Jailani, 2023:7). Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran umum mengenai kondisi usaha Es Cream Momoyo termasuk proses produksi, penyimpanan dan distribusi produk.

3. Studi Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan mengkaji dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian seperti data penjualan, laporan operasional dan referensi ilmiah berupa buku serta jurnal penelitian yang berkaitan dengan variabel yang diteliti (Achjar et al., 2023:35).

3.7. Metode Pengolahan/Analisis Data

3.7.1. Uji Instrumen Penelitian

Sebelum instrumen penelitian digunakan untuk pengumpulan data, terlebih dahulu dilakukan uji coba instrumen kepada sejumlah responden yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi penelitian. Uji coba ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kejelasan pertanyaan, kemudahan pemahaman responden serta untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Hasil dari uji coba instrumen ini kemudian digunakan sebagai dasar untuk melakukan perbaikan atau penyempurnaan terhadap item-item pernyataan dalam kuesioner. Setelah dilakukan uji coba, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas sebagai berikut:

3.7.1.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018:107). Pengujian validitas dilakukan menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson*, dengan ketentuan bahwa item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r -hitung $>$ r -tabel pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Menurut Sulistyowati (2025:89) suatu instrumen dinyatakan valid jika koefisien korelasinya (r) lebih besar dari nilai r -tabel yang ditetapkan.

3.7.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2018:51). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan ketentuan bahwa instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,60.

Menurut Herawati et al. (2025:4) instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha berada di atas 0,60.

3.7.2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda, perlu dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi syarat-syarat yang diperlukan. Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi:

3.7.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018:45). Metode yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov (K-S). Residual dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi uji K-S $> 0,05$. Uji Kolmogorov-Smirnov merupakan salah satu metode yang efektif untuk menguji normalitas distribusi data.

3.7.2.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Yaldi et al., 2022:94). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2018:107). Pendeteksian multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Model dinyatakan bebas multikolinearitas apabila nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance $> 0,10$.

3.7.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:161). Pengujian dilakukan menggunakan uji Glejser yaitu dengan cara meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel

independen. Model dinyatakan bebas heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi variabel independen terhadap absolut residual $> 0,05$ (Priyatno, 2023:72).

3.7.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (kualitas produk dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) secara bersama-sama. Menurut Ghozali (2018:51), analisis regresi linear berganda adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

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

Keterangan:

Y : Keputusan pembelian
a : Konstanta
 b_1, b_2 : Koefisien regresi
 X_1 : Kualitas produk
 X_2 : Harga
e : Error term (variabel pengganggu)

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 25. Besarnya pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2).

3.7.4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan melalui dua metode, yaitu uji t (parsial) dan uji F (simultan).

3.7.4.1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2018:45), uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan pada uji t adalah:

- a. Jika nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (H_0 ditolak).
- b. Jika nilai $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (H_0 diterima).

3.7.4.2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Menurut Ghazali (2018:161), uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan pada uji F adalah:

- a. Jika nilai $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$ maka seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (H_0 ditolak).
- b. Jika nilai $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$ maka seluruh variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (H_0 diterima).

3.7.5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Wulandari dan Efendi, 2022:8). Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas, sebaliknya nilai R^2 yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97).

