



III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini direncanakan berlangsung selama 3 (tiga) bulan, yaitu mulai bulan November 2025 sampai Januari 2026. Lokasi penelitian ditetapkan secara sengaja (purposive sampling) di Kecamatan Tembilahan, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada beberapa pertimbangan, yaitu:

1. Kecamatan Tembilahan merupakan pusat perdagangan dan pemerintahan di Kabupaten Indragiri Hilir.
2. Santan kelapa, baik dalam bentuk segar maupun kemasan, merupakan salah satu bahan yang umum digunakan oleh masyarakat di Kecamatan Tembilahan dalam kegiatan memasak sehari-hari.
3. Ketersediaan pasar tradisional, toko kelontong, dan minimarket yang menjual santan merek Kara secara luas.

3.2 Metode Pengumpulan Data

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

1. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung terhadap konsumen yang membeli produk santan kelapa Kara di wilayah Kecamatan Tembilahan. Tujuan dari observasi ini adalah untuk mengamati perilaku konsumen secara nyata di lokasi pembelian, seperti di pasar tradisional, toko kelontong, maupun minimarket. Observasi ini membantu peneliti memahami kebiasaan pembelian konsumen serta

faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka, seperti cara memilih produk, membandingkan harga, dan respons terhadap merek tertentu.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada konsumen yang pernah membeli santan kelapa Kara. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur, di mana peneliti menyiapkan panduan pertanyaan tetapi tetap memberikan ruang bagi responden untuk menjelaskan lebih lanjut. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi mendalam mengenai preferensi konsumen, alasan pemilihan produk, serta persepsi mereka terhadap atribut produk seperti harga, kualitas, kemasan, dan merek. Selain itu, wawancara juga dilakukan kepada pedagang atau penjual sebagai sumber informasi tambahan untuk mengetahui kecenderungan pasar secara umum.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli dan menggunakan santan kelapa merek Kara di Kecamatan Tembilahan, Kabupaten Indragiri Hilir. Populasi ini dipilih karena konsumen tersebut memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan produk sehingga mampu memberikan penilaian yang objektif terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian santan kelapa Kara. (Sugiyono, 2019)

2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dijadikan sebagai responden penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ada-





lah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Konsumen yang pernah membeli santan kelapa merek Kara.
- b. Konsumen yang berdomisili atau melakukan pembelian di Kecamatan Tembilahan.
- c. Konsumen yang bersedia mengisi kuesioner penelitian.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 45 responden. Penentuan jumlah sampel tersebut didasarkan pada pendapat Sugiyono (2019) yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian kuantitatif berkisar antara 30 sampai 100 responden. Jumlah tersebut dianggap telah mewakili populasi dan memadai untuk analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria responden yang pernah membeli dan menggunakan santan kelapa merek Kara serta berdomisili atau melakukan pembelian di Kecamatan Tembilahan.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari responden melalui wawancara dan observasi terhadap konsumen yang membeli santan kelapa Kara di Kecamatan Tembilahan. Data ini digunakan untuk mengetahui secara langsung preferensi dan perilaku konsumen dalam pembelian produk.



2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber tertulis seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, data penjualan, laporan pasar, dan dokumen lain yang relevan dengan penelitian. Data ini digunakan untuk memperkuat teori dan memberikan gambaran umum terkait perkembangan produk santan kemasan di pasar.

3.5 Metode Analisis Data

Metode Analisis Data Penelitian ini bersifat kuantitatif, sehingga data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik statistik inferensial. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan terlebih dahulu uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik agar model regresi yang dihasilkan valid, reliabel, dan bebas dari bias (Ghozali, 2018). Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner adalah skala Likert 5 poin dengan indikator sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Cukup Setuju

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

3.5.1 Analisis Linear

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Teknik ini digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen, yaitu harga (X_1), merek (X_2), kualitas (X_3), kemasan (X_4), dan kebiasaan (X_5), memengaruhi variabel dependen, yaitu preferensi konsumen dalam

pembelian santan kelapa Kara (Y). Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

- Y = Preferensi Konsumen
- a = Konstanta
- b_1 – b_5 = Koefisien regresi masing-masing variabel
- X_1 – X_5 = Variabel bebas (Harga, Merek, Kualitas, Kemasan, Kebiasaan)
- e = Error (residual)

Untuk memastikan kualitas instrumen penelitian, dilakukan beberapa pengujian sebagai berikut:

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi dasar regresi sehingga hasil analisis yang diperoleh bersifat tidak bias dan dapat dipercaya. Menurut Ghazali (2018), model regresi yang baik harus memenuhi asumsi normalitas, tidak terjadi multikolinearitas, dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji Kolmogorov–Smirnov dan analisis grafik Normal Probability Plot (P–P Plot). Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (Asymp. Sig.) lebih besar dari 0,05 serta titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal pada grafik P–P Plot (Ghozali, 2018).





2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Multikolinearitas dapat menyebabkan ketidakstabilan koefisien regresi sehingga memengaruhi keakuratan hasil analisis. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Model regresi dikatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila nilai $VIF < 10$ dan nilai $Tolerance > 0,10$ (Ghozali, 2018).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada setiap tingkat nilai variabel independen. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser dan analisis grafik scatterplot antara nilai residual dan nilai prediksi. Model regresi dikatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila tidak terdapat pola tertentu pada grafik scatterplot dan nilai signifikansi uji Glejser lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2018).

3.5.3 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud. Uji ini menggunakan teknik korelasi Product Moment Pearson. Pernyataan dinyatakan valid jika nilai signifikansi (sig.) lebih kecil dari 0,05 dan nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

3.5.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen kuesioner menghasilkan data yang konsisten. Uji ini menggunakan teknik Cronbach's Alpha, di mana suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai alpha lebih dari 0,60.



3.5.5 Pengujian Model Regresi

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, di mana semakin besar nilainya menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan variabel dependen dengan lebih baik.

2. Uji t (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Hasil uji t menunjukkan apakah setiap variabel bebas (harga, merek, kualitas, kemasan, kebiasaan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi konsumen secara individual.

3. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Uji ini menentukan apakah model regresi yang digunakan secara keseluruhan signifikan atau tidak dalam menjelaskan variabel Y.

3.6 Konsep Operasional

1. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan hasil akhir dari proses pengambilan keputusan konsumen dalam memilih dan membeli Santan Kelapa Kara untuk memenuhi kebutuhan memasak sehari-hari. Keputusan ini terbentuk setelah konsumen melalui tahapan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan penilaian terhadap pengalaman penggunaan sebelumnya. Keputusan pembelian tercermin dari tingkat preferensi konsumen terhadap Santan Kara, kepuasan setelah menggunakan produk, kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang, serta



penetapan Santan Kara sebagai pilihan utama dibandingkan merek santan kemasan lainnya. Semakin positif penilaian konsumen terhadap atribut produk, semakin besar kemungkinan konsumen mengambil keputusan pembelian.

2. Motivasi

Motivasi adalah dorongan internal yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian Santan Kelapa Kara. Motivasi muncul akibat adanya kebutuhan dan keinginan tertentu, seperti kebutuhan memasak rumah tangga, kepraktisan dalam pengolahan makanan, efisiensi waktu, serta keinginan memperoleh hasil masakan yang konsisten dan berkualitas. Selain itu, motivasi juga dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap manfaat produk, rasa aman terhadap kualitas dan kebersihan produk, serta pengalaman positif penggunaan sebelumnya. Motivasi yang kuat akan meningkatkan minat dan kecenderungan konsumen untuk memilih Santan Kara dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

3. Harga

Harga merupakan sejumlah nilai atau pengorbanan yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh Santan Kelapa Kara. Dalam konteks keputusan pembelian, harga dipersepsikan sebagai indikator nilai yang membandingkan antara manfaat yang diterima dengan biaya yang dikeluarkan. Konsumen menilai harga berdasarkan tingkat keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas produk, serta daya saing harga dibandingkan produk santan kemasan sejenis. Harga yang dianggap wajar dan sebanding dengan kualitas akan meningkatkan persepsi nilai produk dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, sedangkan harga yang terlalu tinggi dapat menjadi penghambat keputusan pembelian.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



4. Santan Kelapa Kara

Santan kelapa Kara merupakan salah satu produk olahan kelapa yang memiliki nilai praktis tinggi karena memudahkan konsumen dalam memperoleh santan tanpa harus memeras kelapa secara langsung. Produk ini juga berperan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan bahan masakan sehari-hari.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner dirancang untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel-variabel yang diteliti. Sebelum digunakan, instrumen telah melalui proses uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa pernyataan-pernyataan yang diajukan mampu mengukur apa yang seharusnya diukur serta menghasilkan data yang konsisten. Penyusunan pernyataan dalam kuesioner dilakukan dengan mengacu pada teori dan konsep operasional yang telah diuraikan pada Bab II serta hasil penelitian terdahulu yang relevan. Setiap variabel diukur menggunakan empat indikator yang disesuaikan dengan konteks penelitian di Kecamatan Tembilahan.

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Cukup Setuju

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Daftar pernyataan instrumen penelitian disajikan sebagai berikut:

Tabel 1 Daftar Pernyataan Instrumen Penelitian

No	Variabel	Kode Item	Pernyataan
1	Harga (X1)	X1.1	Harga santan Kara sesuai dengan kualitas yang diberikan
		X1.2	Harga santan Kara Terjangkau bagi saya
		X1.3	Harga santan Kara bersaing dengan merek lain
		X1.4	Saya membeli santan Kara karena harganya wajar



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
4. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

2	Merek (X ₂)	X2.1	Saya mengenal dengan baik merek santan Kara
		X2.2	Merek Kara adalah merek yang terpercaya
		X2.3	Saya lebih memilih santan Kara karena reputasi mereknya
		X2.4	Citra merek Kara memengaruhi keputusan pembelian saya
3	Kualitas Produk (X ₃)	X3.1	Santan Kara memiliki rasa yang enak dan konsisten
		X3.2	Aroma santan Kara segar dan khas kelapa
		X3.3	Santan Kara tidak mudah rusak sebelum masa kadaluwarsa
		X3.4	Kualitas santan Kara lebih baik dibandingkan merek lain
4	Kemasan (X ₄)	X4.1	Kemasan santan Kara menarik dan mudah dikenali
		X4.2	Kemasan santan Kara mudah dibuka dan digunakan
		X4.3	Ukuran kemasan santan kara sesuai dengan kebutuhannya
		X4.4	Kemasan santan Kara higienis dan melindungi produk dengan baik
5	Kebiasaan dan Kebutuhan (X ₅)	X5.1	Saya sudah terbiasa menggunakan santan Kara
		X5.2	Santan Kara sesuai dengan masakan yang biasa saya buat
		X5.3	Santan Kara mudah ditemukan di toko-toko
		X5.4	Kebutuhan memasak sehari-hari membuat saya memilih santan Kara
6	Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	Saya lebih memilih membeli santan Kara dibandingkan merek lain
		Y1.2	Saya puas dengan membeli santan Kara
		Y1.3	Saya akan membeli santan Kara lagi di masa mendatang
		Y1.4	Santan Kara adalah pilihan utama saya untuk Memasak

Sumber: Peneliti (2026)

Daftar pernyataan di atas telah disesuaikan dengan kondisi masyarakat di Kecamatan Tembilahan sehingga diharapkan dapat menggambarkan persepsi responden secara akurat. Setiap variabel diukur dengan empat item pernyataan untuk menjaga keseimbangan dan kelengkapan pengukuran. Seluruh pernyataan tersebut selanjutnya diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan dalam pengambilan data primer. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan reliabel, sehingga instrumen penelitian ini layak digunakan.