

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka. Metode Kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2009).

B. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Gilang Store, tempatnya di Jl. Rajawali II No.7, Kenongo, Kec. Tulangan, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61273.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2016). Mengatakan bahwa populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Gilang Store yang membeli sepatu.

2. Sample

Menurut Sugiyono (2020) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili). Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana, dan jumlah populasi yang sangat banyak.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling*. Menurut (Sugiyono, 2020) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampling yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota dalam populasi untuk dipilih menjadi sampel. Kemudian digunakan metode *purposive sampling* yang dimana peneliti menggunakan pertimbangan tertentu dalam memilih anggota populasi yang akan memberikan informasi yang diperlukan atau dapat dikatakan populasi yang sesuai dengan kriteria tertentu. Kriteria pengambilan sampel sebagai narasumber adalah sebagai berikut :

1. Konsumen Gilang Store yang berada di Sidoarjo
2. Berusia diatas 17 tahun.
3. Pernah melakukan transaksi pembelian sebanyak dua (2) kali.

Dalam penentuan jumlah sampel, Sugiyono (2020) menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak digunakan untuk penelitian adalah 30 sampai 500. Sedangkan menurut (Fraenkel et al., 2012) menyarankan besar sampel minimum penelitian deskriptif berjumlah 100 responden. Maka, berdasarkan dengan teori tersebut, sampel yang menjadi acuan oleh peneliti sebanyak 100 responden.

D. Data dan Sumber Data

Dalam suatu penelitian, data memiliki peranan penting sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang dijelaskan sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumbernya (Sugiyono, 2020). Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Teknik yang dapat digunakan dalam mengumpulkan data primer dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner secara offline.

2. Data Sekunder

(Almasdi, 2008) menyatakan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sifat datanya sudah didokumentasikan oleh instansi atau perusahaan. Data ini berupa data yang dipublikasikan kepada pihak lain, dalam arti siapa saja dapat menggunakannya. Peneliti menggunakan data sekunder yakni dengan riset yang merupakan penelitian yang dilakukan untuk memperoleh bahan yang diperlukan melalui buku, jurnal, penelitian terdahulu, dan internet yang berkaitan dengan penelitian.

E. Definisi Operasional

Pada dasarnya data yang diperlukan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) variabel. Secara operasional variabel tersebut didefinisikan sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Variabel independen, sering disebut juga sebagai variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi. Variabel bebas juga dapat diartikan sebagai suatu kondisi atau nilai yang jika muncul maka akan memunculkan (mengubah) kondisi atau nilai yang lain. (Surahman, 2020) mengemukakan variabel independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini adalah Promosi (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3).

Adapun definisi operasional dari setiap variabel dapat dijabarkan dalam bentuk tabel yang disajikan sebagai berikut :

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variable

No	Variabel	Definisi variabel	Indikator	Sumber
1.	Variabel Promosi (X1)	Promosi adalah memperkenalkan sebuah produk dan juga menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> - Pesan promosi - Media promosi. - Waktu promosi 	(P. Kotler & Armstrong, 2019)
2.	Variabel Kualitas Produk (X2)	Kualitas Produk adalah Kualitas produk kondisi fisik sebuah produk baik barang maupun jasa yang berdasarkan tingkat mutu yang di harapkan seperti durabilitas, reliabilitas, ketepatan, reparasi, kemudahan pengoperasian produk serta kebutuhan lainnya dengan tujuan memenuhi kepuasan sebuah konsumen	<ul style="list-style-type: none"> - Kinerja - Kendalaan - Kesesuaian dengan spesifikasi - Daya tahan - Estetika 	(Garvin & Davis, 2005)
3	Variabel Harga (X3)	Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar alam	<ul style="list-style-type: none"> - Keterjangkuan harga - Kesesuaian harga dengan 	(P. Kotler & Amstrong, 2018)

No	Variabel	Definisi variabel	Indikator	Sumber
		rangka mendapat manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.	kualitas - Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	
4	Variabel Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut dengan mempertimbangkan promosi, kualitas produk dan harga untuk memenuhi kebutuhan	- Kemantapan membeli - Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan	(P. Kotler & Armstrong, 2008)

2. Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang secara struktur berpikir keilmuan menjadi variabel yang disebabkan oleh adanya perubahan variabel lainnya. Variabel tak bebas ini menjadi primary interest to the researcher atau persoalan pokok bagi si peneliti, yang selanjutnya menjadi objek penelitian (Hardani, 2020). Dengan demikian, variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

F. Teknik Pengumpulan Data

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner untuk responden, yaitu berisi pertanyaan-pertanyaan umum mengenai pengaruh promosi, kualitas produk dan harga. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini bermaksud untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial

(Sugiyono, 2020). Berikut skala likert yang digunakan dalam instrumen penelitian: dengan kualitas yang diberikan.

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Kategori	Bobot
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Rs = \frac{(nm - 1)}{m}$$

Keterangan :

Rs = Rentang Skala

n = Jumlah Kategori Jawaban

m = Jumlah Alternatif Jawaban

Dari rumus di atas, maka diperoleh rentang skala yang di dapatkan dalam penelitian ini adalah :

$$Rs = \frac{100(5 - 1)}{5} = 80$$

G. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Menurut Sugiyono (2016), kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut, untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik, maka sebelum dilakukan uji statistik terlebih dahulu daya yang diperoleh

harus dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas agar hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel.

Kriteria penilaian uji validitas adalah :

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

Rumus yang digunakan adalah Teknik korelasi *Product Moment*, sebagai berikut :

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

Keterangan :

R = koefisien korelasi yang dicari.

X = skor tiap item/butir.

Y = skor total/seluruh item.

N = jumlah responden (total sampel).

2. Uji Reliabilitas

Uji instrumen dilakukan untuk mengetahui keandalan dari alat yang diukur. Uji reliabilitas dalam penelitian ini koefisien reliabilitas yang paling sering digunakan karena menggambarkan variasi item, baik untuk format benar atau salah, seperti pada skala likert dengan metode *Alpha Cronbach's*, Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alpha Cronbach's*

lebih dari 0,60 (Sugiyono, 2016). Rumus yang digunakan adalah rumus koefisien realibilitas *Alpha Cronch* , sebagai berikut :

$$\alpha = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_f^2} \right)$$

Keterangan :

α = koefisien reliabilitas yang dicari

K = jumlah butir pertanyaan (soal)

σ_b^2 = varians butir pertanyaan.

σ_f^2 = varians skor tes.

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar (Sugiyono, 2016).

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas (Sugiyono, 2016). Dalam metode ini, cara yang ditempuh adalah dengan meregresikan setiap variabel independen dengan variabel independen lainnya, dengan tujuan untuk mengetahui nilai koefisien r^2

untuk setiap variabel yang diregresikan. Untuk mengetahui adanya multikolinearitas dapat dilihat dari hasil nilai tolerance dan lawannya yakni *Variance Inflation Factor* (VIF). Untuk mengetahui hal tersebut apabila nilai *Tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 maka dapat menunjukkan bahwa antar variabel independen tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Sujarweni, 2015) “Uji Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya”. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.

I. Teknik Analisis Data

1. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium) apabila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi atau nilainya dinaik turunkan (Sugiyono, 2016). Membuat persamaan garis regresi tiga prediktor

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

a : Bilangan konsta

X1 : Promosi

X2 : Kualitas Produk

X3 : Harga

b₁b₂b₃ : Koefisien X1, koefisien X2, koefisien X

2. Rentang Skala

Tabel 3.3 Rentang Skala

Skala	Interval	Promosi	Kualitas Produk	Harga	Keputusan Pembelian
1	100-180	Sangat Tidak Menarik	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Terjangkau	Sangat Tidak Yakin
2	181-261	Tidak Menarik	Tidak Baik	Tidak Terjangkau	Tidak Yakin
3	262-342	Netra	Netral	Netral	Netral
4	343-423	Menarik	Baik	Terjangkau	Yakin
5	424-504	Sangat Menarik	Sangat Baik	Sangat Terjangkau	Sangat Yakin

J. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Menurut jurnal (Yusup, 2018), dalam menjelaskan bahwa yang diuji adalah individu uji statistik untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen), signifikasinya 5%. Fungsi uji-t adalah untuk menguji variabel bebas (independen) apakah

berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen). Dengan rumus seperti dibawah :

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

$t = t_{hitung}$ yang selanjutnya dibandingkan dengan t_{tabel}

r = Korelasi parsial yang ditentukann = Jumlah Sampel

n = Jumlah sampel

Uji-t dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai seperti pada dibawah ini :

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel bebas (independen) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen) ataupun H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka variabel bebas (independen) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen) ataupun H_0 diterima dan H_1 ditolak.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan merupakan uji yang digunakan untuk melihat keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018). Uji F ini dapat dilakukan menggunakan kriteria apabila pengujiannya menggunakan tingkat signifikan 0,05. Jika nilai signifikan melebihi 0,05 maka hipotesis tersebut tidak layak digunakan.

Uji-F dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai seperti pada dibawah ini :

- c. Apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka variabel bebas (independen) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen) ataupun H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- d. Apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka variabel bebas (independen) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen) ataupun H_0 diterima dan H_1 ditolak.

