

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan lokasi dimana peneliti memperoleh data yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan di Ds.Gumul Sukomulyo RT. 32 RW. 08 Kec. Pujon Kab. Malang Jawa Timur yang dimana lokasi merupakan toko retail UD. Rejeki Barokah Pujon. Alasan memilih UD. Rejeki Barokah Pujon karena Di Ds. Gumul Sukomulyo bisnis toko retail cukup banyak sehingga membuat persaingan bisnis toko retail disana cukup ketat. Dengan mempertimbangkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka objek yang paling cocok berada di UD. Rejeki Barokah Pujon.

#### **B. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode jenis *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan penelitian survey. Menurut Sugiyono, (2018) *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Alasan utama peneliti ini menggunakan metode penelitian *explanatory research* adalah untuk menguji hipotesis yang diajukan, maka diharapkan dari penelitian ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel bebas dan terikat yang ada di dalam hipotesis.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri dari objek-objek atau subjek-subjek yang mempunyai kualitas dan cirrikhas tertentu yang ditentukan oleh peneliti yang diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah melakukan pembelian produk selama 1 tahun terakhir pada tahun 2022 di UD. Rejeki Barokah Pujon. Populasi penelitian menggunakan pendekatan jumlah pembeli atau jumlah transaksi pada UD. Rejeki Barokah Pujon yang diambil sebanyak 180 orang yang pernah melakukan pembelian atau bertransaksi pada UD. Rejeki Barokah Pujon.

##### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Apabila populasi dalam penelitian ini banyak dan peneliti tidak dapat mempelajari seluruh populasi karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang

pernah melakukan pembelian di Toko Retail UD. Rejeki Barokah Pujon. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability Sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih dijadikan sampel (Sugiyono, 2018). Metode *non probability sampling* yang digunakan adalah *Purposive Sampling* karena peneliti menyebarkan angket atau kuesioner kepada setiap konsumen yang datang membeli atau telah bertransaksi di UD. Rejeki Barokah Pujon.

Menurut Sugiyono, (2018) *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. karena peneliti menyebarkan angket atau kuesioner kepada setiap konsumen yang datang membeli atau telah bertransaksi di UD. Rejeki Barokah Pujon. Sampel yang diteliti berjumlah 180 sampel dengan jangka waktu pengambilan sampel yaitu 4 minggu. Penetapan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini, menggunakan rumus (Ferdinand, 2014) yaitu :

$$n = 5 \times \text{Jumlah Indikator}$$

Keterangan :

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

Pada penelitian ini terdapat 18 indikator dan dipilih angka 10 sebagai angka pengalinya, maka dapat ditentukan sampel penelitian yang berjumlah:

$$n = 18 \times 10 \text{ indikator}$$

$$n = 180 \text{ sampel}$$

Berdasarkan perhitungan didapatkan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 180 responden.

#### D. Definisi Operasional dan Indikator Penelitian

Definisi operasional variabel adalah kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh data yang diharapkan oleh peneliti. Variabel yang ada dalam penelitian adalah tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas tersebut adalah kualitas pelayanan, harga, dan promosi penjualan sedangkan satu variabel terikatnya adalah keputusan pembelian.

**Tabel 3. 1 Definisi Operasional**

No	Definisi Konsep	Peneliti (Tahun)	Definisi Operasional Variabel	Indikator
1	Kualitas Pelayanan (X1)	(Iqbal & Kadir, 2019)	Kualitas pelayanan adalah pelayanan merupakan suatu	1. <i>Tangibles</i> (Berwujud),

No	Definisi Konsep	Peneliti (Tahun)	Definisi Operasional Variabel	Indikator
			tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli / konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri pada UD. Rejeki Barokah.	<p>Fasilitas yang baik untuk pelanggan UD. Rejeki Barokah</p> <p>2. <i>Emphaty</i> (Empati) karyawan yang ramah dan perhatian dengan kebutuhan konsumen pada UD. Rejeki Barokah.</p> <p>3. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) karyawan yang cepat, tanggap dan bertanggung jawab terhadap pelayanan konsumen pada UD. Rejeki Barokah.</p> <p>4. <i>Reliability</i> (Keandalan) memberikan kemudahan dalam berkomunikasi saat berkonsultasi pada UD. Rejeki Barokah.</p> <p>5. <i>Assurance</i> (Jaminan) karyawan memberikan pelayanan dengan sopan pada konsumen UD. Rejeki Barokah</p>
2	Harga (X2)	(Gulliando & Shihab, 2019)	Nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari sebuah produk atau	1. Keterjangkauan harga pada UD. Rejeki Barokah.

No	Definisi Konsep	Peneliti (Tahun)	Definisi Operasional Variabel	Indikator
			jasa yang ditawarkan oleh penjual pada UD.Rejeki Barokah.	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk pada UD. Rejeki Barokah.</li> <li>3. Kesesuaian harga dengan pesaing pada UD. Rejeki Barokah.</li> <li>4. Harga yang ditetapkan sesuai dengan manfaat produk yang didapatkan konsumen UD. Rejeki Barokah.</li> </ol>
3	Promosi Penjualan (X3)	(Maidarti et al., 2022)	Sales Promotion (Promosi Penjualan) adalah suatu aktivitas dan atau meteri yang dalam aplikasinya menggunakan teknik, di bawah pengendalian penjual atau produsen, yang dapat mengkomunikasikan informasi persuasive yang menarik tentang produk yang ditawarkan oleh penjual atau produsen, baik secara langsung maupun melalui pihak yang dapat mempengaruhi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Potongan Harga Penawaran potongan harga yang diberikan UD. Rejeki Barokah besar</li> <li>2. Kesepakatan Harga Kemasan Promosi paket bundling yang diberikan UD. Rejeki Barokah menarik.</li> <li>3. Sampel Penawaran sampel yang diberikan UD. Rejeki Barokah menyenangkan.</li> <li>4. Cashback Penawaran Cashback yang diberikan UD. Rejeki Barokah menarik.</li> <li>5. Kontes atau Undian</li> </ol>

No	Definisi Konsep	Peneliti (Tahun)	Definisi Operasional Variabel	Indikator
			keputusan pembelian pada UD. Rejeki Barokah.	Penawaran undian yang diberikan UD. Rejeki Barokah menarik.
4	Keputusan Pembelian (Y)	(Prayoga, 2022)	Keputusan pembelian adalah tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka pada UD. Rejeki Barokah.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemantapan konsumen membeli produk pada UD.Rejeki Barokah.</li> <li>2. Kemudahan pengambilan keputusan pembelian produk pada UD. Rejeki Barokah.</li> <li>3. Membeli produk sesuai keinginan dan kebutuhan di UD. Rejeki Barokah</li> <li>4. Kecepatan memutuskan membeli produk pada UD. Rejeki Barokah.</li> </ol>

#### **E. Jenis dan Sumber Data**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objeknya. Pada penelitian ini data primer diperoleh dari hasil survey secara langsung dan pengisian kuesioner untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, harga, dan promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UD. Rejeki Barokah Pujon yang berlokasi di Ds. Gumul Sukomulyo Rt. 32 Rw.08 Kec. Pujon Kab. Malang.

#### **F. Teknik Pengumpulan data**

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dimana responden diberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab (Sugiyono, 2018). Pertanyaan atau pernyataan yang berbentuk angket inilah yang akan diberikan kepada sejumlah responden yang memenuhi kriteria yang sudah ditentukan. Tujuan utama dari penyebaran angket ini adalah untuk memperoleh informasi validitas dan reabilitas tentang tujuan survei. Dalam kuisisioner ini

peneliti menggunakan skala likert dimana dalam skala likert memiliki lima pilihan jawaban mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju yang mencerminkan sikap dan persepsi seseorang terhadap suatu peristiwa atau pernyataan yang diberikan dalam bentuk kuisioner.

### G. Penskalaan Data

Penelitian ini menggunakan 5 skala yang menunjukkan statment sangat setuju atau sangat tidak setuju.

**Tabel 3. 2 Skala Likert**

Keterangan	Skor	Keputusan Pembelian	Kualitas Pelayanan	Harga	Promosi Penjualan
Sangat setuju	5	Sangat yakin	Sangat baik	Sangat terjangkau	Sangat menarik
Setuju	4	Yakin	Baik	Terjangkau	Menarik
Netral	3	Cukup yakin	Cukup baik	Cukup terjangkau	Cukup menarik
Tidak setuju	2	Tidak yakin	Tidak menarik	Tidak terjangkau	Tidak menarik
Sangat tidak setuju	1	Sangat tidak yakin	Sangat tidak menarik	Sangat tidak terjangkau	Sangat tidak menarik

### H. Uji Instrumen Penelitian

#### 1. Validitas

Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan - kesalahan dalam penelitian sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilaksanakan. (Sugiyono, 2018) berpendapat bahwa validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas dimaksudkan untuk menguji kualitas kuesioner. Kuesioner yang baik adalah kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pertanyaan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Rumus pengujian validitas angket adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum X Y (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r : koefisien validitas

n : Banyaknya sampel

X : Peubah bebas

Y : Peubah terikat

## 2. Realibilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator suatu variabel. Suatu kuesioner dianggap reliabel atau dapat diandalkan jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil sepanjang waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat, stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data reliabel (Ghozali, 2018). Reliabilitas merujuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Untuk mencari reliabilitas instrumen menggunakan rumus alpha ( $\alpha$ ), karena instrumen dalam penelitian ini berbentuk kuisisioner yang skornya merupakan rentangan antara 1-5 dan uji reliabilitas menggunakan item total, dimana untuk mencari reabilitas instrumen yang skornya bukan 1-0. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai alpha lebih dari 0,6 atau mendekati 1 berarti item dinyatakan reliabel.

### I. Uji Asumsi Klasik

Penggunaan model analisis regresi linear berganda harus menggunakan sejumlah asumsi klasik dan valid. Pengujian asumsi harus dipenuhi atau valid agar persamaan regresi dapat digunakan dengan baik sebagai berikut :

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah variabel terikat, variabel bebas atau keduanya dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data yang normal atau distribusi data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Ghozali, 2018). Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat nilai signifikan pada uji Kolmogorof-Smirnov. Dikatakan normal jika nilai signifikan  $> 0,05$ .

#### 2. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian antara observasi yang satu dengan obesrvasi yang lain dalam model regresi (Ghozali, 2018). Jika variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang

lain, maka disebut homoskedestisitas dan jika berbeda disebut heteroskedestisitas. Cara yang digunakan untuk mengetahui suatu model terbebas dari heteroskedestisitas atau tidak adalah uji glejser. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedestisitas. Gejala heteroskedestisitas terjadi apabila nilai probabilitas signifikannya  $> 0,05$ .

### 3. Uji Multikolinearitas

Pada pengujian multikolinearitas tujuannya adalah untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau variabel terikat. Efek dari multikolinearitas ini adalah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut berarti standar error besar, akibatnya ketika koefisien diuji, t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel. Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan linear antara variabel independen yang dipengaruhi dengan variabel dependen (Ghozali, 2018).

Untuk menemukan terdapat atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF), nilai *tolerance* mengukur variabilitas dari variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* rendah sama dengan nilai VIF tinggi, dikarenakan  $VIF + 1/tolerance$ , dan menunjukkan terdapat kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang digunakan adalah untuk nilai *tolerance* 0,10 atau nilai VIF diatas angka 10.

## J. Teknik Alat Analisis

### 1. Rentang Skala

Rentang skala adalah alat yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah kualitas pelayanan, harga, dan promosi penjualan dan Keputusan Pembelian pada UD. Rejeki Barokah Pujon dengan menggunakan rumus rentang skala sebagai berikut :

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Dimana :

RS = Rentang Skala

N = Jumlah Sampel

m = Jumlah Alternatif Tiap Item

Maka rentang skala dapat diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut :

$$RS = RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

$$RS = \frac{180(5-1)}{5}$$



$$RS = 720 / 5$$

$$RS = 144$$

- a. Skor terendah : Bobot terendah x jumlah sampel 1 x 180 = 180
- b. Skor tertinggi : Bobot tertinggi x jumlah sampel 5 x 180 = 900

**Tabel 3. 3 Interval Penilaian Jawaban Responden**

Kriteria	Kualitas Pelayanan	Harga	Promosi Penjualan	Keputusan Pembelian
180 – 323	Sangat tidak baik	Sangat tidak terjangkau	Sangat tidak menarik	Sangat tidak yakin
324 – 467	Tidak baik	Tidak terjangkau	Tidak menarik	Tidak yakin
468 – 611	Cukup baik	Cukup terjangkau	Cukup menarik	Cukup yakin
612 – 755	baik	Terjangkau	Menarik	Yakin
756 – 900	Sangat baik	Sangat terjangkau	Sangat menarik	Sangat yakin

## 2. Regresi Linier Berganda

Regresi Linear Berganda merupakan alat untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas (Ghozali, 2018). Analisis regresi linier berganda merupakan hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel bebas dengan dengan variabel terikat. Kualitas pelayanan, harga, dan promosi penjualan dengan variabel terikat keputusan pembelian. Analisis ini bertujuan untuk memprediksi nilai dari variabel terikat ketika nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan dan menentukan arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, terlepas dari apakah masing - masing variabel bebas mempunyai hubungan positif atau negatif.

Formula yang digunakan dalam analisis regresi linear berganda :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

Y : keputusan pembelian

a : konstanta

b : koefisien

x1 : Kualitas pelayanan

x2 : Harga

x3 : Promosi Penjualan

e : kesalahan prediksi

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali, (2018) koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

### K. Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas kualitas pelayanan, harga, dan promosi penjualan terhadap variabel terikat keputusan pembelian.

#### 1. Uji t

Uji t bertujuan untuk membandingkan rata-rata dari dua kelompok sampel yang tidak berhubungan satu dengan yang lainnya. Langkah-langkah pengujiannya dengan rumus berikut :

$$t = \frac{b}{sb}$$

Dimana :

b = Koefisien Regresi

Sb = Standart deviasi dari variabel bebas

Uji t dirumuskan sebagai berikut :

#### a. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

$H_0 : b_1 = 0$  (Tidak ada pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap variabel keputusan pembelian).

$H_1 : b_1 \neq 0$  (Ada pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap variabel keputusan pembelian).

#### b. Harga ( $X_2$ ) $H_0 : b_2 = 0$ (Tidak ada pengaruh dari variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian).

- Hi :  $b_2 \neq 0$  (Ada pengaruh dari variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian)
- c. Promosi Penjualan (X3) H0 :  $b_3 = 0$  (Tidak ada pengaruh dari variabel Promosi penjualan terhadap variabel Keputusan pembelian ). Hi :  $b_3 \neq 0$  (Ada pengaruh dari variabel promosi penjualan terhadap variabel keputusan pembelian ).

Kriteria pengujian sebagai berikut :

- a. Jika t hitung memiliki nilai  $> t$  tabel maka hipotesis alternatif (Ha) diterima dalam arti terdapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- b. Jika t hitung memiliki nilai  $\leq t$  tabel maka hipotesis alternatif (Ha) ditolak dalam arti tidak dapat pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

## 2. Uji Dominan

Untuk mengetahui variabel bebas mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat. Maka digunakan uji *Standardized Coefficient* Beta dengan melihat nilai *Standardized Coefficient* Beta yang paling besar. Semakin besar nilai beta, maka semakin besar pengaruhnya terhadap variabel independen.



## L. Jadwal Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian akan dilaksanakan dalam waktu 6 (enam) bulan terhitung dari bulan Januari hingga bulan Juni 2023. Penelitian ini dimulai dengan penyusunan usulan penelitian hingga penyusunan naskah publikasi.

**Tabel 3. 4 Jadwal Penelitian**

No	Jadwal Penelitian	Periode Waktu					
		(bulan ke)					
		1	2	3	4	5	6
1	Pengamatan dan Pra Penelitian	■					
2	Penyusunan Usulan Penelitian						
3	Pembimbingan Usulan Penelitian		■	■	■		
4	Penyiapan dan Pelaksanaan Seminar Usulan Penelitian		■	■	■		
5	Pengumpulan dan Tabulasi Data		■	■	■		
6	Analisis Data		■	■	■	■	
7	Penyusunan Laporan Hasil Analisis Data		■	■	■	■	
8	Pembimbingan Skripsi		■	■	■	■	
9	Ujian Komprehensif					■	
10	Revisi Skripsi					■	■
11	Penyusunan Naskah Publikasi						■