

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode yang dipilih dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sebab penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini pendekatan penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana kontribusi variabel X (variabel bebas) yang terdiri atas harga (X_1), promosi (X_2), terhadap variabel Y yaitu keputusan pembelian (variabel terikat), baik secara parsial maupun simultan (Sugiyono, 2019).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian akan dilakukan di Bogor tepatnya pada PStore Bogor yang beralamat di Jl. Raya Pajajaran No.100, RT.02/RW.03, Kelurahan Bantarjati, Kecamatan Bogor Utara, Kota Bogor, Jawa Barat, 16153. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2022 hingga selesai.

C. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:2), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari sehingga diperoleh informasi tentang hasil tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Variabel Independen

Variabel bebas atau variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat atau variabel dependen. Pada penelitian ini variabel independen adalah harga dan promosi.

2. Variabel Dependen

Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas (variabel terikat) yaitu keputusan pembelian produk Samsung pada PStore Bogor.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:80). Berdasarkan pengertian di atas maka yang menjadi populasi

pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang berkunjung ke PStore Bogor yang belum diketahui.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, (2015:149) dalam Maulana, Nawangsih, and Sulistyan, (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Pada penelitian ini, Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* karena tidak diketahui besarnya populasi. *non probability sampling* yaitu cara pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama kepada setiap anggota untuk terambil sebagai sampel. Dari teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu metode penentuan sampel dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian, sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian yaitu pelanggan yang berkunjung ke PStore Bogor

Dalam penelitian ini populasi belum diketahui jumlahnya, maka perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus Cochran, Sugiyono, (2017 : 148). Rumus Cochran perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*)

Tingkat keyakinan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 90% dengan tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) maksimum sebesar 10% Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dihitung jumlahnya melalui perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 (0,25)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 96$$

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data penelitian ini berupa:

- a. Data kualitatif, yaitu data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar seperti literature-literatur serta teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan penulis.
- b. Data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (*scoring*).

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini berupa:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari lapangan atau langsung dari objek penelitian yang didapatkan melalui wawancara dan hasil pengisian kuesioner responden.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh penulis dalam bentuk sudah jadi, sudah dikumpulkan dan sudah diolah oleh pihak lain.

Contohnya data kunjungan ke PStore Bogor.

F. Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan proses mengubah definisi konsep menjadi definisi operasional. Berikut adalah definisi operasional variabel yang disusun oleh penulis:

Tabel 2
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Harga (X_1)	Harga adalah satu-satunya elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan	Keterjangkauan harga: Konsumen bisa menjangkau harga yang telah diterapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis	Likert

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
	elemen lainnya menimbulkan atau merupakan biaya. Fandy Tjiptono (2015:151)	dalam satu merek dan harganya juga berbeda dari termurah sampai termahal.	
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk: Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas.	Likert
		Kesesuaian harga dengan manfaat: Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya.	Likert
		Daya saing harga: Konsumen cenderung membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya.	Likert
Promosi (X ₂)	Promosi penjualan terdiri dari insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau layanan (Kotler dan Armstong, 2016:518)	Pesan promosi: Adalah tolak ukur seberapa baik pesan promosi dilakukan dan disampaikan ke konsumen atau pasar.	Likert
		Media promosi: Adalah media yang dipilih dan digunakan oleh perusahaan untuk melakukan promosi.	Likert
		Waktu promosi: Adalah seberapa lama waktu perusahaan untuk melakukan program promosi.	Likert

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
		Frekuensi promosi: Adalah jumlah promosi penjualan yang dilakukan dalam suatu waktu oleh perusahaan melalui media promosi penjualan.	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	keputusan pembelian merupakan rangsangan pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi masuk ke dalam kesadaran pembeli dan akan mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian. (Kotler, 2018:110)	Kemantapan pada sebuah produk: Kualitas produk yang sangat baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga merupakan penunjang kepuasan konsumen.	Likert
		Kebiasaan dalam membeli produk: Kebiasaan adalah pengulangan sesuatu secara terus-menerus dalam melakukan pembelian produk yang sama.	Likert
		Memberikan rekomendasi kepada orang lain: Memberikan kepada seseorang atau lebih bahwa sesuatu yang dapat dipercaya, dapat juga merekomendasikan diartikan sebagai menyarankan, mengajak untuk bergabung, menganjurkan suatu bentuk perintah.	Likert
		Melakukan pembelian ulang: Salah satu perilaku setelah pembelian yang sebelumnya didasari dengan kepuasan. Jika pelanggan merasa puas untuk selanjutnya dia akan memperlihatkan peluang membeli yang lebih tinggi dalam kesempatan berikutnya.	Likert

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner (angket) adalah alat pengumpul data melalui komunikasi tidak langsung berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis. Bentuk angket yang digunakan oleh penulis adalah angket tertutup. Kuesioner (angket) tertutup yaitu kuesioner yang berisi pertanyaan disertai jawaban untuk dipilih oleh responden.

Didalam kuesioner terdapat poin-poin yang digunakan sebagai acuan dalam tingkat jawaban dari kuesioner. Poin-poin tersebut biasa disebut dengan Skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (positif) atau tidak mendukung pernyataan (negatif). Skala Likert pada umumnya menggunakan lima angka untuk menentukan point. Berikut merupakan contoh tabel pointnya:

Tabel 3
Skala Likert

Kategori	Point
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2012:93)

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dinyatakan valid apabila pertanyaan atau pernyataan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur (Wariki et al., 2015 : 1078). Suatu kuesioner dapat dinyatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kuesioner diuji validitasnya untuk mengetahui bagaimana alat ukur (instrument) mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus teknik korelasi *Product Moment Pearson* berikut:

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

Keterangan :

- r = Koefisien korelasi setiap item dengan skor total
- n = Jumlah responden
- X = Skor masing-masing pertanyaan atau pernyataan
- Y = Skor total
- $\sum x^2$ = Jumlah kuadrat nilai x
- $\sum y^2$ = Jumlah kuadrat nilai y

Pengujian dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item pertanyaan atau pernyataan dengan skor total, selanjutnya interpretasi dan koefisien korelasi yang dihasilkan lalu dibandingkan

dengan r_{tabel} . Instrumen dianggap valid jika hasil pengolahan SPSS yang diperoleh:

- 1) Bila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka instrumen dapat diterima (valid).
- 2) Bila $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka instrumen tidak diterima (tidak valid).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu instrumen yang merupakan alat pengukuran konstruk atau variabel. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017). Setiap item akan diuji relasinya dengan skor total variabel:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum Si}{St} \right\}$$

Keterangan :

r_{11} = Nilai Reliabilitas.

$\sum Si$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item.

St = Varian item.

K = Jumlah item.

Teknik digunakan untuk mengukur reliabilitas pengamatan adalah *Cronbach Alpha* dengan cara membandingkan nilai alpha dengan standarnya, dengan ketentuan jika:

- 1) *Cronbach Alpha* $> 0,6$ maka instrumen pengamatan dinyatakan reliabel.
- 2) *Cronbach Alpha* $< 0,6$ maka instrumen pengamatan tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah untuk mengetahui apakah model regresi yang dirancang adalah alat prediksi yang berguna dan baik. Uji asumsi klasik yang akan dilakukan adalah uji normalitas, uji multikolineritas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan histogram dilakukan dengan cara melihat apakah posisi histogram berada ditengah-tengah atau tidak. Uji normalitas data juga dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Uji Kolmogorov Smirnov merupakan pengujian yang general digunakan untuk melihat penyebaran atau distribusi data dari suatu variabel bebas adalah sama berdasarkan variabel kelompoknya (Wahana,2012:168).

Analisis Statistik non-parametrik Uji Kolmogrof-Smirnov (KS).

Rumus Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut :

$$x^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

x^2 = Nilai x^2

o_i = Nilai observasi

e_i = Nilai expected / harapan

N = Banyaknya angka pada data

Dasar pengambilan keputusan dari analisis ini apakah model regresi memenuhi asumsi normalitas sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai Sig > 0,05 maka nilai residual berdistribusi normal.
- 2) Apabila nilai Sig < 0,05 maka nilai residual berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas ini dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau tidak dalam model regresi.

Untuk mendeteksi adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen dapat dilakukan dengan beberapa cara salah satunya dengan menggunakan *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

Perhitungan VIF secara manual dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

$$t1 = \frac{R\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-(R^2)}}$$

Menurut Ghazali (2017: 36) *tolerance* mengukur variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Asumsi dari *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dapat dinyatakan sebagai berikut :

- 1) Jika VIF > 10 dan nilai *Tolerance* < 0.10 maka terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji terjadinya perbedaan *variance* dari nilai residual pada suatu periode pengamatan yang lainnya. Data dalam pengambilan keputusan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- 2) Titik-titik tidak berkumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan pengujian untuk mengetahui apakah model regresi yang disusun memiliki hubungan yang linear atau tidak (Marzuki et.al, 2020:106). Berikut ini adalah rumus uji linearitas:

$$F_{reg} = \frac{RK_{reg}}{RK_{res}}$$

Dimana:

F_{reg} = Harga bilangan F untuk garis Regresi

RK_{reg} = Rerata kuadrat garis regresi

RK_{res} = Rerata kuadrat residu

Penentuan uji linearitas dilakukan dengan melihat nilai signifikansi deviation from linearity kemudian dibandingkan dengan

taraf signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi deviation from linearity $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas atau variabel independen dengan variabel. Uji linearitas merupakan pengujian untuk mengetahui apakah model regresi yang disusun memiliki hubungan yang linear atau tidak (Marzuki et.al, 2020:106). Penentuan uji linearitas dilakukan dengan melihat nilai signifikansi deviation from linearity kemudian dibandingkan dengan taraf signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi deviation from linearity $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas atau variabel independen dengan variabel.

3. Uji Korelasi

Dalam penelitian ini rumus korelasi dari dua variabel bebas (X_1 dan X_2) dengan satu variabel terikat (Y) adalah sebagai berikut:

$$r_{y.x1.x2} = \frac{\sqrt{r_{yx1}^2 + r_{yx2}^2 - 2r_{yx1} \cdot r_{yx2} \cdot r_{x1x2}}}{1 - r_{x1x2}^2}$$

Keterangan :

r_{yx1x2} = Korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara Bersama sama dengan variabel Y

r_{yx1} = Korelasi Product Moment antara X_1 dengan Y

r_{yx2} = Korelasi Product Moment antara X_2 dengan Y

r_{x1x2} = Korelasi Product Moment antara X_1 dengan X_2

Dalam menguji ada tidaknya hubungan yang erat antara harga dan promosi terhadap keputusan pembelian, peneliti menggunakan tabel interpretasi koefisien korelasi yang akan ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4
Interpretasi Koefisien Kolerasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0.399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 – 1000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, 2016:184

4. Analisa Deskriptif

Statistik deskriptif adalah analisis statistic yang memberikan gambaran secara umum tentang mengenai karakteristik masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), minimum dan maximum. Analisis deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2018:147)

5. Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda sangat dibutuhkan dalam berbagai pengambilan keputusan, baik dalam perumusan kebijakan manajemen maupun telaah ilmiah. Hubungan fungsi antara satu variabel dependen dengan lebih dari satu variabel independen dapat dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Adapun rumus persamaaan regresi untuk dua prediktor, sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi

X₁, X₂ = Variabel bebas

ε = Error

b. Uji Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Sedangkan secara statistik hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (statistik). Hipotesis yang diuji adalah hipotesis nol. Hipotesis nol adalah pernyataan tidak adanya perbedaan antara parameter dengan statistik atau data sampel. Lawan dari hipotesis nol adalah hipotesis alternatif, yang menyatakan ada perbedaan antara parameter dan statistik.

Uji parsial (uji t) disebut juga sebagai uji signifikansi individual yaitu menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Sedangkan uji simultan (uji F) disebut juga sebagai uji signifikansi bersama-sama yaitu menunjukkan seberapa jauh pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam regresi variabel bebas secara parsial (individu) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Adapun rumus yang digunakan untuk uji parsial (uji t) adalah sebagai berikut:

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

Sumber: (Sugiyono, 2016:184)

Keterangan:

t_{hitung} = nilai t

r = koefisien korelasi product moment

n = banyaknya data

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf nyata 5% ($\alpha = 0,05$).

Ketentuan melakukan uji t adalah sebagai berikut:

- a) $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, variabel bebas yang sedang diuji secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung di PStore Bogor
- b) $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, variabel bebas yang sedang diuji secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung di PStore Bogor.

2) Uji F (Simultan / Uji Serentak)

Menurut Ghozali (2013) menyatakan bahwa pada dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dan melihat nilai signifikansi 0,05 dengan cara sebagai berikut:

- a) Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau probabilitas < nilai signifikan (Sig < 0,05), maka model penelitian dapat digunakan.
- b) Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau probabilitas > nilai signifikan (Sig > 0,05), maka model penelitian tidak dapat digunakan.

c. Koefisien Determinan (R^2)

Menurut Ghozali (2013) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam rangka menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Menurut Gujarati (dalam Ghozali 2013) menyatakan jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted R^2 negatif, maka nilai adjusted R^2 dianggap nol.

Koefisien determinansi (R^2) dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* pada tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*. Adapun rumus untuk

mengetahui besarnya koefisien determinasi tersebut, maka dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\mathbf{KD = R^2 \times 100\%}$$

Sumber: Ridwan & Akdon (2015:130)

Keterangan:

KD = Seberapa besar perubahan variabel Y yang dipengaruhi oleh variabel X.

R = Koefisien korelasi ganda.