

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Perencanaan Penelitian

Metode penelitian memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengatasi masalah dan menghadapi tantangan lingkungan dimana pengambilan keputusan harus dilakukan dengan cepat. Penelitian merupakan pencarian yang kritis dalam menemukan peristiwa nyata untuk menentukan sesuatu atau bisa dikatakan pengetahuan yang dapat dicari Kembali.¹ Rencana dalam penelitian yang saat ini digunakan merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian yang mana diproses dengan sistematis dan tertata rapi guna memperoleh struktur penelitian yang akan digunakan.²

Sedangkan jenis penelitian ini merupakan penelitian kausalitas yaitu penelitian hubungan yang bersifat sebab akibat. Tujuannya adalah untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui variabel mana yang mempengaruhi dan variabel mana yang dipengaruhi.³

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi pabrik gula merah tebu pada UD. Bunga Mas yang beralamat di jalan Gudang Pabrik Dusun. Karanglo RT.01/04 Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih-Kediri kode pos 64171

¹ Dini dan Tuti, *Metode Penelitian (Strategi Menyusun Tugas Akhir)*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020), 9.

² Sandu Suyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 17

³ Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 37.

C. Variabel Penelitian

Dalam penelitian terdapat 2 macam variabel yaitu variabel independen/bebas dan variabel dependen/terikat, adapun penjelasan masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Variabel bebas (*Independent Variable*) adalah variabel yang mempengaruhi sesuatu yang menjadi sebab berubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent*). Pada penelitian ini yang dilakukan variabel bebas yang disimbolkan (X) meliputi :

(X₁) : Promosi

(X₂) : Harga

2. Variabel terikat (*Dependent Variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (*independent*). Pada penelitian ini variabel terikat yang disimbolkan (Y) meliputi:

(Y) : Keputusan Pembelian

D. Definisi Operasional

1. Promosi (X₁) adalah cara yang digunakan untuk menyampaikan informasi, ajakan atau bujukan terhadap suatu produk yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan respon baik dan membuat konsumen melakukan keputusan pembelian.⁴ Indikator dalam promosi meliputi periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, informasi dari mulut ke mulut.

⁴ Fandi Tjiptono, “*Strategi Pemasaran Edisi 4*”, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015), hlm 345

Tabel 3.1
Indikator Penelitian Variabel X₁

Variabel	Indikator
Promosi (X ₁)	1. Penjualan Perseorangan
	2. Periklanan
	3. Promosi Penjualan
	4. Publisitas/ Hubungan Masyarakat
	5. Informasi dari mulut ke mulut
	6. Pemasaran Langsung

Sumber: Lupiyoadi 2006, Philip Kotler dan Gary Armstrong 2006

2. Harga (X₂) adalah jumlah uang atau nominal yang mana digunakan pada suatu produk atau jasa tertentu sebagai imbalan.⁵ Indikator dalam harga dapat meliputi penetapan harga jual, elastisitas harga, pertumbuhan harga pesaing.

Table 3.2
Indikator Variabel Harga

Variabel	Indikator
Harga (X ₂)	1. Keterjangkauan Harga
	2. Produk sesuai dengan Harga
	3. Daya yang Bersaing
	4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat

Sumber: Philip Kotler dan Gary Armstrong 2019, Basu Swasta 2013

3. Keputusan pembelian (Y) adalah suatu kegiatan membeli sejumlah barang dan jasa yang dipilih berdasarkan informasi yang diperoleh tentang produk dan segera disaat kebutuhan dan keinginan muncul, kegiatan inipun dapat menjadi informasi untuk pembelian selanjutnya. Atau dapat juga diartikan

⁵ Basu Swastha, *Pengantar Bisnis Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2013), 211

sebagai tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli.⁶

Tabel 3.3
Indikator Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan Kebutuhan
	2. Pencarian Informasi
	3. Evaluasi Alternatif
	4. Keputusan Pembelian
	5. Perilaku Pasca Pembelian

Sumber: Philip Kotler dan Gary Armstrong 2003

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang diteliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas maupun yang tidak terbatas.⁷ Penelitian ini mengambil populasi dari setiap konsumen UD Bunga Mas Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih yang membeli produk gula merah tebu. Populasi ini dengan jumlah yang tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga.

2. Sampel

Sampel ialah bagian dari populasi yang dipilih menggunakan prosedur tertentu.⁸ Metode pengambilan sampel yang digunakan merupakan *Probability sampling*, merupakan teknik yang bertujuan untuk memberikan kesempatan (peluang) yang sama bagi setiap anggota

⁶ Kotler dan Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi 9, Jilid I* (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2003), 227.

⁷ Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 63.

⁸ *Ibid.*, 64.

populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁹ Penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan tabel penentuan Isaac dan Michale dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, 10%.

Sampel pada penelitian ini adalah sebagian konsumen yang pernah membeli produk gula merah di UD Bunga Mas Tebu Ds. Tales Kediri. Mengingat jumlah konsumen yang pernah membeli produk gula merah di UD Bunga Mas Tebu Ds. Tales Kediri tidak diketahui secara pasti (tak terhingga). Maka tingkat kesalahan (*standard error*) dalam menentukan jumlah sampel yaitu sebesar 5% dan jumlah populasi tak terhingga sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 349 responden.

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	115	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	563	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270

⁹ Ibid., 66.

140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1050	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1100	427	270	221	450000	663	348	270

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%			1%	5%	10%		1%	5%	10%
170	135	114	105	1200	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1300	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1400	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1500	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1600	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1700	485	292	235	750000	663	348	271
230	171	139	125	1800	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	1900	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2000	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2200	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000 ∞	663 664	348 349	271 272

Sumber: Sugiono (1997:65)

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian untuk mendapat informasi yang dicari dengan menggunakan alat bantu pengukuran berupa kuisisioner atau angket. Pengisian kuisisioner diisi oleh responden untuk mendapatkan hasil berupa pernyataan-pernyataan terkait variabel X_1 (promosi), X_2 (harga), dan Y (keputusan pembelian).

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara penyebaran kuisisioner (daftar pernyataan) kepada responden UD Bunga Mas untuk di jawab agar memperoleh hasil data yang spesifik.

G. Instrument Penelitian

Instrument penelitian merupakan suatu alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan pengukuran. Instrumen penelitian ini adalah teknik kuesioner dengan membagikan angket kepada responden. Dengan memberikan entah tanda silang atau tanda centang pada jawaban yang dipilih. Metode ini digunakan untuk menggali informasi tentang Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Merah Tebu pada UD Bunga Mas Tales Kediri.

H. Analisis Data

1. *Editing* (Membersihkan Data)

Data yang dicantumkan perlu diperiksa terlebih dahulu, apakah terdapat kekeliruan dalam pengisian atau data tidak lengkap.¹⁰ Tujuannya agar kesimpulan yang didapatkan dari responden, apakah perlu dilakukan pembenahan/pemeriksaan kembali karena jawaban dari responden belum tentu selalu benar.

2. *Coding* atau *Categorizing*

Coding yakni pemberian atau pembuatan kode-kode pada setiap data yang termasuk dalam kategori yang sama.¹¹ Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk huruf atau angka yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi pada data yang akan dianalisis. Sedangkan *Categorizing* yaitu penggolongan data yang ada pada daftar pertanyaan kedalam kategori variabelnya masing-masing.

¹⁰Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Bagian Penelitian Fakultas Ekonomi UII, 1996), 81

¹¹Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), 24.

3. *Scoring* atau memberi skor

Skor digunakan untuk pemberian jawaban dari angket atau kuesioner yang telah disebar. Pemberian skor adalah sebagai berikut:

- | | | |
|----|---------------------------|-----------------------|
| a. | Sangat Setuju (SS) | : Diberi bobot/skor 5 |
| b. | Setuju (S) | : Diberi bobot/skor 4 |
| c. | Netral (N) | : Diberi bobot/skor 3 |
| d. | Tidak Setuju (TS) | : Diberi bobot/skor 2 |
| e. | Sangat Tidak Setuju (STS) | : Diberi bobot/skor 1 |

4. *Tabulating Data* (Penyusunan Data)

Tabulasi yaitu memasukkan data pada tabel-tabel tertentu serta mengatur angka-angka dengan teliti dan teratur kemudian dihitung dan menjumlahkan seberapa banyak peristiwa, gejala atau item yang termasuk dalam suatu kategori.¹²

5. *Processing*

Tahap *processing* atau tahap penyempurnaan merupakan tahap yang menjadi inti dari analisis data. Tahap ini menerapkan uji-uji lainnya untuk mendukung tahap penyelesaian. Teknik analisis dalam *processing* adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan.¹³ Adapun rumus yang

¹²M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Pustaka Media, 2005), 168.

¹³Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 52.

digunakan untuk melakukan uji validitas adalah Rumus Korelasi *Pearson Product Moment* yaitu dengan:¹⁴

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi pearson product moment

x = Skor setiap pertanyaan atau item

y = Skor total

n = Jumlah responden

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r tabel untuk tingkat signifikansi 0,05 (5%) dari *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dalam uji validitas. Jika r hitung > r tabel, maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Begitu pula sebaliknya.¹⁵

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.¹⁶

Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a) Nilai alpha 0,00-0,2 berarti kurang reliable
- b) Nilai alpha 0,21-0,4 berarti kurang reliable
- c) Nilai alpha 0,41-0,6 berarti cukup reliable

¹⁴ Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana Prenadana Media Group, 2007), 136.

¹⁵ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 1999), 135.

¹⁶ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2003), 365.

- d) Nilai alpha 0,61-0,8 berarti reliable
- e) Nilai alpha 0,81-1,00 berarti sangat reliable.¹⁷

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Normality Test (Uji Normalitas) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi berganda terdapat variabel pengganggu memiliki distribusi normal. Teknik menentukan data terdistribusi normal atau tidak diantaranya dengan dapat mengaplikasikan metode sebagai berikut:

a) Analisis Grafik

Mengamati grafik histogram beserta grafik P-Plot dengan memperhatikan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal/grafik histogram menunjukkan pola terdistribusi normal.
- 2) Jika data menyebar di luar garis diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal/grafik histogram menunjukkan pola tidak terdistribusi normal.

b) Analisis Statistik

Mengamati hasil uji *Skewness* ataupun nilai *Kurtosis*. Jika rasio *skewness* dan *kurtosis* berada di antara -2 sampai dengan +2 maka data berdistribusi normal. Rumus rasio *skewness* =

¹⁷ Agus Irianto, *Statistik Konsep*, 97

$skewness/std\ error\ skewness$ dan rumus rasio $kurtosis = kurtosis/std.\ error\ kurtosis$.¹⁸

2) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan regresi terhadap variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variansi dari satu

¹⁸Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, “*Metode Riset Penelitian Kuantitatif di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*”, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm 137.

pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Jika berbeda maka disebut Heteroskedastisitas.¹⁹ Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan grafik *scatter plot* sebagai berikut:

- a. Jika terdapat pola tertentu pada grafik *scatter plot*, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titiknya menyebar, maka indikasinya tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁰

4) Uji Linear Multiple

Tujuan analisis ini diterapkan untuk meramalkan keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), jika melebihi dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Sehingga persamaan regresi yang digunakan yaitu:

$$\gamma = \alpha + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \varepsilon \dots$$

Keterangan:

γ = Variabel

Y = (Keputusan Pembelian),

α = konstanta,

β 1 dan 2 = R *square*,

X 1 dan 2 = Variabel independen (Promosi dan Harga),

¹⁹Ibid, 139

²⁰Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180.

$$\varepsilon = \text{error term}$$

5) Uji Hipotesis

a. Uji Ketetapan Model/ uji Simultan (F Test)

Uji F/Simultan/ketetapan Model bertujuan untuk membandingkan apakah dalam model variabel prediktor secara keseluruhan memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel konsekuen/terikat. Berikut disajikan cara mengambil keputusan terhadap uji ANOVA.

Kriteria :	Keputusan/Ketetapan
Nilai $p(\text{sig}) < 0,05$ atau $f_{\text{output}} > f_{\text{tabel}}$	Signifikan atau $H^0 =$ DITERIMA ; $H^a =$ Ditolak
Nilai $\alpha(\text{sig}) > 0,05$ atau $f_{\text{output}} < f_{\text{tabel}}$	Tidak signifikan atau $H^0 =$ DITOLAK ; $H^a =$ Diterima

b. Uji Parsial/Individu(t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara individu/parsial antara variabel prediktor/bebas dengan variabel konsekuen/terikat. Kriteria pengambilan keputusan uji parsial jika:

- 1) nilai $\alpha(\text{sig}) < 0,05$ atau $t_{\text{output}} < t_{\text{tabel}}$ atau $-t_{\text{hitung}} > -t_{\text{tabel}}$,

$$H_a = \text{DITOLAK} ; H_0 = \text{DITERIMA}$$

- 2) nilai $\alpha(\text{sig}) > 0,05$ atau $t_{\text{output}} > t_{\text{tabel}}$ atau $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$

$$H_a = \text{DITERIMA} ; H_0 = \text{DITOLAK}$$

a. R Square / R^2 / Koefisien Determinasi

R Square (koefisien determinasi) bertujuan untuk mengukur seberapa besar variabel eksogen (promosi dan

harga) yang terdapat dalam model regresi secara serentak mampu menerangkan variabel endogen (keputusan pembelian).

Kriteria pengujian R^2 :

1. Jika nilai R^2 lebih dari 0,5 atau rentang 0 sampai 1 maka variabel x terdapat hubungan kuat dengan variabel y.
2. Jika nilai R^2 kurang dari 0,5 maka tidak terdapat pengaruh.