

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan dalam penelitian ini menggunakan desain kuantitatif. Rancangan desain kuantitatif merupakan sebuah desain penelitian yang didalam hasil penelitiannya terdapat pendekatan yang menggunakan data berupa angka.³³ Jenis penelitian ini menggunakan asosiatif kausal yang merupakan jenis penelitian yang berhubungan dengan adanya sebab dan akibat. Jenis penelitian ini memiliki tujuan utama yaitu agar dapat membuktikan adanya korelasi antara penyebab suatu permasalahan dan akibat terjadinya suatu permasalahan tersebut. Sehingga disini dapat menunjukkan variabel atau faktor apa yang dapat dipengaruhi dan mampu mempengaruhi.³⁴

B. Definisi Operasional Variabel

a. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel bebas yang diduga dapat mempengaruhi atau merubah sedikit banyaknya kejadian yang ada pada variabel terikat.³⁵ Variabel bebas pada penelitian ini yaitu harga dan promosi atau biasa disimbolkan dengan huruf X dengan memiliki indikator sebagai berikut:

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2019), 17.

³⁴ *Ibid*, 65.

³⁵ *Ibid*, 69.

Tabel 3. 1
Indikator Variabel Harga Dan Promosi

Variabel	Indikator
Harga (X_1)	1. Keterjangkauan Harga
	2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk
	3. Daya Saing Harga
	4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat
Promosi (X_2)	1. Periklanan
	2. Promosi Penjualan
	3. Penjualan Pribadi
	4. Hubungan Masyarakat

Sumber : Kotler dan Gary Amstrong (2016)

b. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel terikat yang diduga dapat dipengaruhi atau dirubah sedikit banyaknya kejadian yang ada oleh variabel bebas.³⁶ Variabel bebas pada penelitian ini yaitu keputusan pembelian atau biasa disimbolkan dengan huruf Y dengan memiliki indikator sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Indikator Variabel Keputusan Pembelian

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

Sumber : Kotler dan Armstrong (2016)

C. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini yaitu pada SK *Coffee* Lab Kediri yang beralamatkan di Jl. Pahlawan Kusuma Bangsa No.39b, Banjaran, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64124.

³⁶ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm 178.

D. Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan sebuah wilayah atau objek penelitian yang didalamnya terdiri atas beberapa unsur yang berkaitan dan sesuai syarat ketentuan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian.³⁷ Populasi juga sebagai ruang lingkup atas individu-individu yang terkandung didalamnya yang akan di teliti lebih lanjut oleh peneliti. Populasi yang dipilih atau digunakan oleh peneliti adalah seluruh konsumen yang datang di SK *Coffee* Lab Kediri dan membeli produk minuman “Kopi Kita Cinta Kamu”.

b. Sampel

Sampel merupakan sebagian unsur yang terkandung dalam sebuah populasi yang dipilih sesuai dengan karakteristik yang ditentukan. Sampel dalam sebuah penelitian ini dipilih karena adanya populasi yang berjumlah besar. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.³⁸ Teknik yang digunakan dalam *nonprobability sampling* yaitu *sampling* kuota, yaitu teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah yang diinginkan. Kelebihan menggunakan metode ini yaitu praktis karena sampel penelitian sudah diketahui sebelumnya.³⁹

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2019), 126.

³⁸ *Ibid*, 127.

³⁹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 67.

Sampel pada penelitian ini adalah Sebagian konsumen yang datang langsung berkunjung dan membeli produk varian minuman “Kopi Kita Cinta Kamu di SK Coffee Lab Kediri. Dalam menentukan jumlah sampel penelitian ini yaitu menggunakan tabel penentuan jumlah sampel *Isaac* dan *Michael* dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5% dan 10%.⁴⁰ Pada penelitian ini tingkat kesalahan atau *sampling error* dalam menentukan jumlah sampel yaitu pada tingkat kesalahan 5% dengan jumlah populasi tak terhingga. Adapun jumlah sampel penelitian ini 349 responden sesuai tabel berikut.

Tabel 3. 3
Tabel *Isaac* dan *Michael* untuk Menentukan Jumlah Sampel

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	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
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	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
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
									664	349	272

⁴⁰ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenada Media Grup, 2017), 105.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Dan Jenis Data

Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer yang merupakan sebuah data yang berasal dari informan pertama atau dapat dikatakan data yang diambil atau dan diperoleh secara langsung.⁴¹ Dalam penelitian ini data primer diperoleh secara langsung oleh peneliti menggunakan hasil dari wawancara dan penyebaran angket kuesioner.

b. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan sebuah cara atau teknik yang biasanya peneliti gunakan dalam mengumpulkan data-data penelitian. Metode pengumpulan data sebagai arahan atas teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti dengan melakukan observasi secara langsung, melakukan wawancara langsung dengan narasumber, melakukan penyebaran angket kuesioner, dan mendokumentasikannya guna mendapatkan hasil penelitian secara rinci.⁴²

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah sebuah alat perbantuan seorang peneliti yang digunakan dengan melakukan pengumpulan data yang diukur dengan metode tertentu. Nilai masing-masing variabel penelitian dapat diukur dan tergambaran jelas menggunakan instrumen penelitian. Dalam instrumen penelitian terdapat

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2019), 194.

⁴² *Ibid*, 410.

beberapa pertanyaan yang jumlahnya menyesuaikan dengan total variabel atau indikator yang di teliti.⁴³ Pada penelitian ini menggunakan instrumen berupa angket kuesioner yang berisi data pertanyaan seputar harga, promosi dan keputusan pembelian konsumen. Pertanyaan-pertanyaan dalam angket kuesioner tersebut dapat di jawab dengan memberi tanda centang atas pilihan jawaban yang dipilih sesuai yang dirasakan oleh konsumen.

G. Analisis Data

Analisis data adalah suatu metode yang digunakan peneliti untuk melakukan pengolahan data lebih lanjut atas data yang sudah berhasil terkumpul semua.⁴⁴ Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan *program SPSS 25,0*. Langkah analisis data yang digunakan oleh peneliti dapat terdiri atas:

a. Editing

Merupakan proses pemeriksaan data yang akan digunakan diawal. Jika ternyata ada yang kurang lengkap dan ada yang keliru, peneliti dapat merubah dan membenahinya terlebih dahulu.

b. Coding and Categorizing

Merupakan proses membuat sebuah kode dan memberikan kode tersebut kepada masing-masing data yang memiliki kriteria sama. Kode merupakan sebuah isyarat dalam data yang bisa berupa huruf atau angka yang dibuat dengan tujuan untuk menunjukkan identitas tertentu atas data yang

⁴³ *Ibid*, 102.

⁴⁴ *Ibid*, 480.

sedang di analisis tersebut. *Categorizing* adalah sebuah proses atas adanya penggolongan data atau list pertanyaan yang diajukan yang dimana disesuaikan dengan masing-masing kriteria variabel yang ada.

c. *Scoring*

Merupakan sebuah proses memberikan skor atau nilai yang berfungsi untuk menunjukkan hasil jawaban yang dipilih oleh responden atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam angket kuesioner. Angka-angka yang dijadikan acuan dalam memberikan skor dalam penelitian meliputi:

- 1) Sangat tidak setuju = 1
- 2) Tidak setuju = 2
- 3) Netral = 3
- 4) Setuju = 4
- 5) Sangat setuju = 5

d. *Tabulating Data*

Merupakan proses penginputan data kedalam tabel yang sudah disiapkan untuk mengatur dan menghitung angka-angka tersebut. Dalam proses pengolahan, data harus dikelompokkan secara teratur dan teliti karena proses perhitungan akan dilakukan disini, sehingga diharapkan tidak ada kesalahan-kesalahan yang akan terjadi.

e. *Processing*

Merupakan sebuah proses yang dilakukan dengan cara menganalisis data lebih lanjut dengan menggunakan program statistik sebagai berikut.

1) Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Merupakan sebuah uji yang memiliki fungsi sebagai pengukur valid atau tidak valid hasil dari sebuah angket kuesioner.⁴⁵ Dan angket kuesioner dinyatakan valid atau sah apabila pertanyaan yang diajukan bisa diungkapkan dengan pengukuran kuesioner tersebut. Hasil dari uji validitas ini dapat ditentukan dengan melakukan perbandingan nilai r hitung dengan nilai r tabel dan untuk nilai *degree of freedom* (df) = $n - 2$ (n = jumlah sampel). Kriteria pengambilan keputusan yang lain juga dapat dilakukan dengan melihat jika nilai probabilitas korelasi [*sig.(2-tailed)*] < dari taraf signifikansi 0,05, yang artinya data angket kuesioner dinyatakan valid dan sah.

b) Uji Reliabilitas

Merupakan sebuah uji yang dapat dilakukan kepada butir pertanyaan yang telah melewati tahap uji validitas dan dinyatakan valid dan sah.⁴⁶ Uji reliabilitas memiliki fungsi sebagai pengukuran angket kuesioner yang didalamnya terdapat beberapa macam indikator variabel. Dan angket kuesioner penelitian dinyatakan baik atau reliabel ketika responden menjawab pertanyaan dengan stabil dan konsisten. Kriteria pengambilan keputusan uji reliabilitas ini yaitu jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60, artinya data penelitian dinyatakan reliabel atau

⁴⁵ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 165.

⁴⁶ *Ibid*, hlm 169.

baik. Dan baik tidaknya data penelitian bisa dilihat dengan hasil uji reliabilitas yang berkisar 0-1, dan semakin mendekati angka 1 data akan semakin baik.

2) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah kedua model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda, maka asumsi yang digunakan adalah uji normalitas. Dasar pengambilan keputusan untuk mendekati kenormalan adalah jika nilai *mean* dan median sama.⁴⁷

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah sebuah uji yang berfungsi sebagai pengukur antar masing-masing variabel bebas yang digunakan, dan untuk mengetahui apa mempunyai korelasi atau hubungan dalam model regresi.⁴⁸ Pada uji multikolineritas ini, antar variabel bebas yang tidak mempunyai korelasi atau hubungan merupakan hasil penelitian yang baik dan diharapkan. Dan kriteria pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas ini yaitu, jika nilai *tolerance* > dari 0,10 dan nilai *variance inflation factor* < dari 10,0.

⁴⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), hlm 154.

⁴⁸ *Ibid*

c) Uji Heteroskedastisitas

Merupakan sebuah uji yang memiliki tujuan untuk menunjukkan situasi dalam variabel independen jika terdapat nilai residu atau pengganggu dengan variasi yang tidak tentu.⁴⁹ Pada uji heteroskedastisitas, hasil penelitian akan dinyatakan baik jika tidak terdapat gejala atau terbebas dari heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan grafik *scatter plot* jika terdapat pola tertentu pada grafik *scatter plot*, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titiknya menyebar, maka indikasinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah uji yang memiliki tujuan untuk mengetahui adanya hubungan antar kesalahan pengganggu pada model regresi periode sekarang dengan periode sebelumnya.⁵⁰ Regresi yang baik adalah regresi yang tidak terjadi gejala autokorelasi. Uji autokorelasi dalam penelitian ini dapat diuji dengan menggunakan *Durbin Watson*. Kriteria pengambilan keputusan uji *Durbin Watson* yaitu sebagai berikut:

⁴⁹ *Ibid*

⁵⁰ *Ibid*

Tabel 3. 4
Kriteria Pengambilan Uji Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < DW < DL$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak dapat disimpulkan	$DL < DW < DU$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4-DL < DW < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tidak dapat disimpulkan	$4-DU < DW < 4-DL$
Tidak ada autokorelasi	Tidak ditolak	$DU < DW < 4-DU$

Sumber : Ghozali, 2016

3) Uji Korelasi

Merupakan sebuah uji yang digunakan untuk menunjukkan dan menggambarkan kekuatan atas korelasi yang ada pada variabel independen dengan dependen.⁵¹ Uji analisis ini diprosikan menggunakan *pearson* yang merupakan analisis pencari hubungan atau pembuktian atas hipotesis yang telah diajukan dengan data yang berasal dari sumber yang sama dan data dengan bentuk rasio dan interval. Kriteria pengambilan keputusan uji korelasi *pearson* yaitu jika nilai sig. (*2-tailed*) $< 0,05$, artinya ada hubungan antara variabel penelitian. Sedangkan jika nilai sig. (*2-tailed*) $> 0,05$, artinya tidak ada hubungan antara variabel penelitian.

4) Uji Regresi Linier Berganda

Merupakan sebuah uji yang memiliki tujuan untuk melihat arah penelitian yang dijabarkan menggunakan dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat.⁵² Dalam uji regresi linier berganda terdapat persamaan yang dapat menggambarkan hasil penelitian sebagai berikut.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 357.

⁵² *Ibid*

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

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel X_1

X_1 = Variabel independen (Harga)

B_2 = Koefisien regresi variabel X_2

X_2 = Variabel independen (Promosi)

5) Uji Hipotesis

a) Uji t (Uji Parsial)

Uji yang berfungsi untuk menunjukkan pengaruh secara parsial atau masing-masing antara variabel independen dengan dependen.⁵³

Dan uji t ini sebagai pembuktian atas hipotesis yang diajukan yaitu diduga terdapat pengaruh secara parsial antara harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji t ini yaitu jika taraf signifikansi $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Tapi jika taraf signifikansi $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b) Uji F (Uji Simultan)

Uji F adalah sebuah uji yang memiliki fungsi untuk menunjukkan pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel

⁵³ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 229.

independen dengan dependen.⁵⁴ Dan uji F ini sebagai pembuktian atas hipotesis yang diajukan yaitu diduga terdapat pengaruh secara simultan antara harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F ini yaitu jika taraf signifikansi $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Tapi jika taraf signifikansi $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

6) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji yang bertujuan untuk menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat. Uji ini sebagai uji analisis yang memiliki peran penting dalam hasil sebuah penelitian, karena dalam model regresi semakin besar nilai R^2 , artinya semakin besar juga variasi yang dapat ditunjukkan oleh variabel bebas terkait variabel terikat.⁵⁵

⁵⁴ *Ibid*, hlm 228.

⁵⁵ *Ibid*, hlm 228.