

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian dalam suatu penelitian berfungsi agar memudahkan peneliti merampungkan penelitian dengan cepat. Pada penelitian ini memakai rancangan penelitian metode kuantitatif. Adapun alasan peneliti menerapkan metode kuantitatif sebab terdapat fakta di lapangan dimana pada tabel 1.5 yang telah sesuai dengan teori menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller. Metode kuantitatif yaitu penelitian berdasarkan pengolahan data statistik yang selanjutnya dianalisis untuk memperoleh kesimpulan.²⁷ Selain itu dalam penelitian ini termasuk jenis penelitian kausalitas. Menurut Sugiyono, penelitian kausalitas yaitu penelitian untuk melihat hubungan sebab akibat antara beberapa variabel.²⁸ Alasan peneliti menggunakan penelitian jenis ini yaitu dikarenakan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara promosi dan keputusan pembelian serta mengetahui mana variabel yang mempengaruhi dan mana yang dipengaruhi.

B. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

²⁷ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

²⁸ Ibid.

Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi pemicu terjadinya atau bergantinya dari variabel terikat.²⁹ Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu promosi, dimana dalam promosi memiliki indikator antara lain:

Tabel 3.1
Indikator Variabel X

Variabel	Indikator
Promosi (X)	Tingkat daya tarik
	Optimalisasi keingintahuan
	Tingkat komitmen
	Tingkat afinitas

Sumber: Indikator promosi menurut Philip Kotler, 2019.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel yang dipengaruhi atau menjadi dampak dari adanya variabel bebas disebut dengan variabel terikat. Pada penelitian ini memiliki variabel terikat keputusan pembelian. Yang menjadi indikator dari keputusan pembelian antara lain:

Tabel 3.2
Indikator Variabel Y

Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Kebutuhan
	Pencarian Informasi
	Evaluasi Alternatif
	Keputusan Pembelian
	Perilaku Pasca Pembelian

Sumber: Indikator keputusan pembelian menurut Kotler & Keller, 2016.

²⁹ I Made Indra P. and Ika Cahyaningrum, *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian* (Sleman: DEEPUBLISH, 2019).

3. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan semua sumber data atau subyek dengan karakteristik tertentu dimana peneliti akan memperoleh data. Menurut Sugiyono populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan suatu karakteristik yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya diambil kesimpulan.³⁰ Dari populasi tersebut akan diambil sampel. Populasi dalam penelitian ini yaitu semua siswi jurusan tata kecantikan SMKN 3 Kota Kediri yang menggunakan moisturizer skintific dengan jumlah 114 siswi.

2. Sampel

Sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang ada pada populasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan metode jenis *non probability sampling*. Sugiyono menyatakan bahwa *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampling dengan tidak memberikan peluang sama pada setiap unsur atau bagian populasi agar dipilih menjadi sampel. Jenis teknik *non probability sampling* yang digunakan peneliti yaitu *sampling jenuh*. Sugiyono berpendapat bahwa *sampling jenuh* yaitu teknik pengambilan sampel jika semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.³¹ Sehingga sampel dalam penelitian ini yaitu seluruh siswi jurusan tata kecantikan SMKN 3

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

³¹ Ibid.

Kota Kediri yang menggunakan moisturizer skintific dengan jumlah 114 siswi.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data dan sumber data yaitu data primer. Data primer yaitu data yang secara langsung didapat dari responden melalui pengisian kuesioner oleh para siswi jurusan tata kecantikan SMKN 3 Kota Kediri.

5. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah proses ketika memperoleh data primer untuk kepentingan suatu penelitian. Hal tersebut penting dikarenakan dengan pengumpulan data akan melahirkan uji hipotesis dirumuskan.³² Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner kepada siswi jurusan tata kecantikan SMKN 3 Kota Kediri, dimana kuesioner tersebut diisi sesuai dengan tanggapan responden dengan cara memberikan tanda centang pada jawaban yang responden pilih tersebut.

6. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yaitu alat dengan fungsi agar memperoleh data serta informasi yang berkaitan dengan pernyataan atau pertanyaan. Dalam penelitian ini, instrumen penelitiannya menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan kiat-kiat yang dipakai peneliti untuk menghimpun data dengan cara menyebar beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis yang wajib

³² Kumba Digidowiseiso, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia* (Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS), 2017).

dijawab responden agar mendapatkan informasi dari responden berkaitan dengan yang dirasakan dan diketahui.³³

7. Analisis Data

Analisis data yaitu aktivitas sesudah data yang didapatkan dari keseluruhan responden atau sumber data lain tertampung.³⁴ Penelitian ini memanfaatkan program dari SPSS dalam menganalisis data yang didapatkan. Berikut langkah-langkah yang dipakai dalam penelitian ini:

1. *Editing*

Editing merupakan kegiatan pengecekan dan koreksi data dari hasil kuesioner yang didapatkan.³⁵ Adanya *editing* ini memiliki tujuan untuk mengetahui ketepatan data pada jawaban dari kuesioner yang dijawab responden.

2. *Coding*

Coding adalah proses pembagian kode yang biasanya menggunakan angka bagi tiap kemungkinan jawaban pada tiap daftar pertanyaan.³⁶ Tujuan adanya *coding* yaitu untuk mempermudah untuk menginput data saat melakukan analisis data.

3. *Scoring*

Scoring merupakan pembuatan kelompok dan jenis yang sama dengan bergantung pada jawaban responden yang kemudian ditentukan

³³ Sandu Sitoyo and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

³⁵ Digidowiseiso, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*.

³⁶ Ibid.

oleh skor dari jawaban responden tersebut. *Scoring* dapat dibagi menjadi beberapa tingkatan antara lain:³⁷

- a. **SS** (Sangat Setuju) dengan bobot nilai : 5
- b. **S** (Setuju) dengan bobot nilai : 4
- c. **N** (Netral) dengan bobot nilai : 3
- d. **TS** (Tidak Setuju) dengan bobot nilai : 2
- e. **STS** (Sangat Tidak Setuju) dengan bobot nilai : 1

4. *Tabulating*

Tabulating yaitu memasukkan informasi yang telah dipilih sesuai kelompok ke dalam tabel yang mudah dimengerti. Jawaban yang diperoleh untuk disusun serta selanjutnya dihitung dan dijumlahkan dengan banyaknya item yang dipilih sesuai kategorinya. Hal ini bertujuan untuk membuat data lapangan menjadi lebih singkat sehingga dapat dibaca dengan gampang.³⁸

5. *Processing*

Processing merupakan penggunaan alat statistik dalam mengolah data dengan proses perhitungan.³⁹ Dalam penelitian ini memanfaatkan bantuan program SPSS 25 serta menggunakan tahap-tahap sebagai berikut:

³⁷ Billy Nugraha, *PENGEMBANGAN UJI STATISTIK: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik* (Sukoharjo: PRADINA PUSTAKA, 2022).

³⁸ Heri Herdiawanto and Jumanta Hamdayana, *DASAR-DASAR PENELITIAN SOSIAL* (Jakarta: KENCANA, 2021).

³⁹ Nugraha, *PENGEMBANGAN UJI STATISTIK: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*.

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Merupakan alat pengukuran standar untuk mengetahui apakah kuesioner sah, valid atau tidak dengan ketentuan bahwa pernyataan kuesioner bisa menyatakan hal yang diukur dalam kuesioner tersebut.⁴⁰ Pendapat para ahli dalam melakukan uji validitas dapat memakai teknik *Pearson Product Moment* (PPM), dengan rumus sebagai berikut:⁴¹

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

Dimana:

r = koefisien korelasi *pearson product moment*

x = skor jumlah tiap item

y = jumlah dari skor item

n = jumlah responden

Uji validitas sesuai dengan rumus diatas dinyatakan:

- a) Valid jika item kuesioner memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$
- b) Tidak valid jika item kuesioner memiliki $r_{hitung} < r_{tabel}$

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengukuran instrumen yang dapat dipakai melalui pernyataan-pernyataan yang diajukan. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan data yang

⁴⁰ Aziz Alimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas* (Surabaya: Health Book Publishing, 2021).

⁴¹ Ibid.

didapatkan bisa dipercaya atau bersifat tangguh. Uji reliabilitas ini mengukur menggunakan pernyataan-pernyataan yang dipakai. Pengujian ini juga dilakukan melalui skala nilai *Cronbach's alpha* dimana dinyatakan reliabel jika memperoleh nilai 0,7 atau $\geq 0,7$.⁴²

b. Analisis Deskriptif

Merupakan cara penganalisisan data dengan menguraikan atau memaparkan data yang telah diperoleh sehingga dapat dipahami dengan mudah. Analisis deskriptif yang dipergunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu nilai maximum, nilai minimum, mean dan Std. Deviation dari variabel X (Promosi) dan Y (Keputusan Pembelian).⁴³

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan *Kolmogorov Smirnov*. Uji ini memiliki tujuan agar melihat pada model regresi variabel terikat (keputusan pembelian) dan variabel bebas (promosi) apakah berdistribusi normal atau tidak.⁴⁴

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menggunakan *Scatterplot*. Penggunaan pengujian ini untuk mengungkapkan apakah

⁴² Robert M. Kaplan and Dennis P. Saccuzzo, *Pengukuran Psikologi: Prinsip, Penerapan, Dan Isu* (Jakarta: Salemba Humanika, 2013).

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

⁴⁴ Nugraha, *PENGEMBANGAN UJI STATISTIK: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*.

dalam regresi terdapat ketidaksesuaian variansi dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain dalam suatu model regresi atau tidak. Jika terjadi perbedaan maka dikatakan heteroskedastisitas.⁴⁵

3) Uji Autokorelasi

Tujuan melakukan uji autokorelasi ini yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antara kesalahan pengganggu saat periode t dengan kesalahan pengganggu periode t sebelumnya. Uji autokorelasi ini diterapkan melalui metode Uji Durbin Watson dimana dalam pengambilan keputusannya antara lain:

- a) Ketika $(4-dL) < d < dL$, maka H_0 ditolak sehingga terdapat autokorelasi
- b) Ketika $dU < d < 4-dU$, maka H_0 diterima sehingga tidak terdapat autokorelasi
- c) Ketika $4-dU < d < 4-dL$, maka tidak menghasilkan kesimpulan pasti.⁴⁶

Dimana:

d : nilai Durbin Watson

dL : batas bawah Durbin Watson

dU : batas atas Durbin Watson

⁴⁵ Zuraidah and Angelia Nesma Yunika Putri, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare," *ISTITHMAR: Journal of Islamic Economic Deveelopment* 4, no. 2 (2020): 66–98.

⁴⁶ Firdaus, *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF (Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0)* (Riau: DOTPLUS Publisher, 2021).

4) Uji Multikolinierita

Uji multikolinieritas ini menggunakan VIF (*Variance Inflation Factor*). Fungsi pengujian ini yaitu untuk menguji apakah pada model regresi diperoleh korelasi antara variabel independen. Dimana model regresi yang baik yaitu tidak ditemukan korelasi antar variabel independen. Apabila terjadi gejala multikolinieritas ini maka langkah untuk memperbaikinya dengan menghapus variabel dari model regresi. Dimana pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas, antara lain:

- a) Ketika nilai $VIF > 10,00$ dan nilai *tolerance* $< 0,1$, sehingga terjadi multikolinieritas
- b) Ketika nilai $VIF < 10,00$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$, sehingga tidak terjadi multikolinieritas.⁴⁷

d. Pengujian Hipotesis

1) Analisis Korelasi

Analisis korelasi ini memiliki tujuan untuk mengukur derajat hubungan antara dua variabel dengan dasar pengambilan keputusan antara lain:

- a) Besarnya r 0,00-0,2 memiliki interpretasi sangat rendah
- b) Besarnya r 0,21-0,4 memiliki interpretasi rendah
- c) Besarnya r 0,41-0,6 memiliki interpretasi sedang

⁴⁷ Nugraha, *PENGEMBANGAN UJI STATISTIK: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*.

- d) Besarnya r 0,61-0,8 memiliki interpretasi kuat
- e) Besarnya r 0,81-1,00 memiliki interpretasi yang sangat kuat.⁴⁸

Dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Product Moment*, yang merupakan penganalisisan untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel promosi (X) dengan variabel keputusan pembelian (Y).

2) Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana merupakan regresi yang variabel bebasnya berpangkat paling tinggi. Pengujian ini memiliki tujuan untuk memprediksi nilai suatu variabel dengan variabel lainnya yang diketahui melalui persamaan garis regresinya. Adapun persamaan garis regresinya antara lain:⁴⁹

$$Y = \alpha + bX$$

Dimana:

Y : keputusan pembelian

X : promosi

α : konstanta

b : koefisien regresi

3) Uji F

Pengujian ini berfungsi untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Digdowiseiso, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*.

simultan (bersama-sama). Dalam uji F ini akan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Adapun kriteria penilaiannya yaitu ketika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka variabel bebas yang diuji secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat, serta berlaku sebaliknya.⁵⁰

4) Uji t

Tujuan melakukan uji t yaitu agar mengetahui pengaruh variabel bebasnya secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap variabel terikat. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikan 5% ($\alpha=0,05$). Sehingga jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 serta jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka diambil kesimpulan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan sebaliknya.⁵¹

5) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) yaitu pengukuran besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin tinggi juga kemampuan variabel bebasnya dalam memaparkan variasi perubahan pada variabel terikat.⁵² Sehingga uji koefisien determinasi dalam penelitian ini untuk mengukur sejauh mana promosi mampu mempengaruhi keputusan pembelian.

⁵⁰ Budi Darma, *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)* (DKI Jakarta: Guepedia, 2021).

⁵¹ Ibid.

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.