

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian dipergunakan dalam mempermudah suatu penyelesaian suatu penelitian. Dalam penelitian ini memakai suatu rancangan penelitian kuantitatif. Penelitian yang hasilnya dapat disajikan berupa data diskripsi yang memakai angka. Pada penelitian ini memakai jenis penelitian kausalitas, adalah suatu penelitian yang memiliki sifat hubungan sebab akibat dengan tujuan memperoleh bukti sebab akibat pada variabel yang tersedia.

B. Variabel dalam Penelitian

Pada dasarnya variabel menurut Sugiono ialah segala suatu dengan bentuk apa saja yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diamati supaya ditemukan formasi mengenai hal tersebut, dan sehabis itu ditarik kesimpulannya.²⁵ Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ialah:

1. Variabel *Independent* (variable bebas)

Variabel *independent* atau biasa disebut dengan variabel bebas. Variabel *Independent* ialah variabel yang menjadi suatu sebab berubahnya serta munculnya variabel *dependent* atau biasa disebut dengan variabel terikat. Variabel *independent* pada penelitian ini ialah produk (X_1) dan promosi (X_2). Adapun paparannya yaitu:

a. Produk (X_1)

Produk ialah segala suatu yang bisa dipasarkan ke pasar untuk dibeli, diperhatikan, dikonsumsi ataupun dipergunakan. Indikator pada produk menurut Kotler dan Keller yakni kualitas, keanekaragaman, nama merek dan keunggulan.²⁶

²⁵ Enny Radjab dan Andi Jam'an *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbit, 2017), 83.

²⁶ Kotler dan Gery Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan*, 62.

Tabel 3.1
Indikator variabel produk (X₁) pada penelitian

Variabel (X ₁)	Indikator
Produk (X ₁)	Kualitas
	Keanekaragaman
	Merek
	Keunggulan

Sumber: indikator produk menurut Kotler dan Keller

Berdasarkan variabel produk, indikator yang digunakan pada penelitian ini yakni kualitas, keanekaragaman, merek dan keunggulan.

b. Promosi (X₂)

Promosi adalah suatu hubungan komunikasi diantara pembeli dan penjual, Suatu informasi mengenai produk bisa sampai pada pelanggan dengan adanya promosi.²⁷ Atribut promosi menurut Kotler dan Amstrong ialah *Personal selling* (Penjualan Pribadi), *Advertising* (Periklanan), *Sales promotion* (promosi penjualan), *Publicity* (Hubungan masyarakat), Pemasaran langsung.²⁸

Tabel 3.2
Indikator variabel promosi (X₂) pada penelitian

Promosi (X ₂)	Indikator
Promosi (X ₂)	<i>Personal selling</i> (Penjualan Pribadi)
	<i>Advertising</i> (Periklanan)
	<i>Sales promotion</i> (promosi penjualan)
	<i>Publicity</i> (Hubungan masyarakat)

Sumber: indikator promosi menurut Kotler dan Amstrong.

Berdasarkan variabel promosi, indikator yang digunakan pada penelitian ini yakni *Personal selling* (Penjualan Pribadi), *Advertising* (Periklanan), *Sales promotion* (promosi penjualan), *Publicity* (Hubungan masyarakat).

2. Variabel *Dependent* (terikat)

²⁷ Sofjan Assauri, *Strategi Management: Sustainable Competitive Advantages*, 3.

²⁸Vania Senggetang, dkk, "Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Prsepsi Terhadap Keputusan Pembeliankonsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado, 883.

Variabel *dependent* (terikat) ialah variabel yang terpengaruh akibat adanya variabel *independent* (bebas). Pada penelitian ini, variabel *dependentnya* yaitu keputusan pembelian (Y).

Keputusan Pembelian, yaitu suatu prosedur dalam pengambilan keputusan yang mana pembeli sudah benar-benar melaksanakan pembelian.²⁹ Terdapat lima tahapan dalam proses pengambilan keputusan pada pembelian yang terdapat pada proses pemahaman kebutuhan yang dapat dibutuhkan pelanggan, pencarian informasi mengenai produk oleh pelanggan, evaluasi alternatif yang dapat dilakukan, pemilihan pada keputusan pembelian, serta mengetahui perilaku pelanggan selepas pembelian.³⁰

Tabel 3.3
Indikator penelitian variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan kebutuhan
	Pencarian informasi
	Evaluasi alternatif
	Keputusan pembelian
	Perilaku Pasca Pembelian

Sumber: indikator keputusan pembelian menurut Kotler.

Pada tabel tersebut, indikator yang digunakan pada penelitian ini ialah, pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yaitu terletak di UD. Rinings yang beralamat di Jl. Letnan Jendral Mt. Haryono No.19 Ploso, Kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Definisi populasi ialah suatu wilayah generalisasi yang termasuk subjek ataupun objek yang memiliki karakteristik serta kuantitas tertentu

²⁹ Nurmawati, *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*, 2.

³⁰ Hartini, *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)*, 3.

yang ditentukan peneliti untuk dipelajari serta ditarik kesimpulannya.³¹ Populasi yang dipergunakan pada penelitian ini yaitu konsumen produk Bagori pada UD. Rinings dengan jumlah tidak diketahui dengan pasti, maka dari itu populasi dalam penelitian ini berjumlah tak terhingga.

2. Sampel

Sampel ialah wakil atau sebagian dari populasi yang akan diteliti. Teknik pengambilan sampel yang dipergunakan pada penelitian ini yakni *probability sampling*, yang artinya teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel. Karena populasi pada penelitian ini besar dan tak terbatas, pengambilan sampel dilakukan secara acak. Hal tersebut dilakukan karena adanya keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga, maka tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian semua yang terdapat pada populasi, sehingga digunakan sampel dari populasi tersebut.

Dalam penelitian ini sampel adalah konsumen yang membeli bagori pada UD. Rinings yang tidak terhingga (tidak diketahui secara pasti). Penentuan jumlah sampel yang dipergunakan pada penelitian ini yakni menggunakan tabel *Isaac* dan *Michael*. Pada tabel *Isaac* dan *Michael* dengan populasi tak terhingga dengan tingkat kesalahan (standard error) sebesar 5%, maka jumlah sampel pada penelitian ini yakni sebanyak 349.³²

E. Sumber Data dan Jenis Data

Sumber data dapat diperbedakan menjadi 2 diantaranya yaitu sumber data sekunder dan sumber data primer. Penelitian ini menggunakan sumber data primer, sumber data primer yakni alat pengambilan suatu data yang langsung pada objek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari. Sedangkan jenis data yang akan dipergunakan pada penelitian ini yakni data

³¹ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 63.

³² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 128.

primer. Yang mana data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari responden penelitian dengan menggunakan suatu alat pengukuran yang berupa angket (kuesioner).³³ Adapun yang akan menjadi sumber data dalam penelitian ini ialah konsumen UD. Rining yang membeli bagori. Data primer diperoleh dari pengisian angket (kuesioner) oleh responden yang akan didapatkan hasil dari beberapa pertanyaan mengenai variabel X_1 (produk), X_2 (Promosi) dan Y (keputusan pembelian).

F. Metode Pengumpulan Data

Yang dilakukan peneliti dalam pengumpulan data ialah mempergunakan metode pengumpulan data dengan wawancara, angket, pengamatan pada data, dengan melakukan berbagai dokumentasi, uji dan lain-lainnya. Yang dipergunakan peneliti dalam pengumpulan data pada penelitian ini ialah dengan menyebarkan angket sehingga dapat terkumpulnya data dari responden yang mana angket tersebut adalah serangkaian pernyataan serta pertanyaan yang tertulis dan yang akan dijawab responden.

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang akan dipergunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dengan cara pengukuran. instrumen penelitian ini digunakan untuk mengukur nilai pada variabel yang akan diteliti. Instrumen yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner. Kuesioner ini merupakan instrument yang digunakan untuk pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Cara ketika mengisi kuesioner dengan cara memberi skor dalam daftar pertanyaan. Pada penelitian ini yang digunakan adalah *skala likert* serta cara mengisinya dengan memberikan centang (✓) pada pertanyaan yang diajukan peneliti ke responden dengan skor sebagai berikut:³⁴

Sangat Setuju (SS)	diberi 5 score
Setuju (S)	diberi 4 score
Netral (N)	diberi 3 score
Tidak setuju (TS)	diberi 2 score

³³ Syaifudin Anwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1998), 91.

³⁴ Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 250.

Sangat tidak setuju (STS) diberi 1 score

G. Teknik Analisis Data

1. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Pemeriksaan data mengenai angket yang telah disebar apakah ada kesalahan ketika pengisian angket hal itu disebut dengan proses editing. Ketika melakukan pemeriksaan mengenai kelengkapan suatu data ialah dengan melakukan pengecekan isi dari instrument pengumpulan suatu data apabila terdapat sobekan atau ada lembaran yang terlepas.

2. *Categorizing* atau *Coding*

Categorizing atau *Coding* merupakan suatu tanda atau member code dalam kuesioner disetiap data yang bisa dikatakan pada kategori yang sama. Kategori yang dimaksudkan ialah penggolongan suatu data yang telah diperoleh dalam daftar pertanyaan pada kategori suatu variabel yang sudah ditetapkan.

3. *Scoring*

Scoring ialah metode pada saat menilai atau memberi score pada catatan yang akan diberikan score atau nilai. Metode saat memberi score atau nilai harus sama dengan respon yang akan diberikan:

SS (Sangat Setuju)	scorenya adalah 5
S (Setuju)	scorenya adalah 4
N (Netral)	scorenya adalah 3
TS (Tidak setuju)	scorenya adalah 2
STS (Sangat tidak setuju)	scorenya adalah 1

4. *Tabulating*

Tabulating yaitu akhir dari bagian suatu pengolahan data, dimana bagian akhir tersebut ialah menginput data di tabel tertentu serta menghitung dan mengelola angka. Penerapan daftar tabel tersebut bisa mempermudah peneliti ketika menghitung serta menginput data yang didapatkan atau hasil dari perhitungan yang telah dimasukkan rumus dan dihitung.

5. Processing

Processing merupakan perhitungan serta analisa atau olahan dari suatu data dimana data tersebut diperoleh dengan statistik. Pada proses pengolahan data tersebut dibantu dengan SPSS versi 21.0.

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan instrument yang bisa dipergunakan pada penelitian ini jika sudah dinyatakan valid. Adapun rumusnya yaitu teknik analisis korelasi *person product moment*:³⁵

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

Keterangan :

r = koefisien validitas dari pernyataan

x = skor tiap pernyataan atau pertanyaan

y = skor total pernyataan atau pertanyaan

n = total responden

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya dapat dipercaya jadi dapat diandalkan. Apabila data memang benar sesuai dengan kenyataannya maka berapa kalipun diambil akan tetap sama. Reliabilitas menunjukkan pada tingkat keandalan (dapat dipercaya) dengan suatu indikator yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini adapun teknik yang dipergunakan dalam mengetahui reliabilitas instrument ialah rumus Alpha Cronbach yang mana suatu instrument dinyatakan reliable (handal) apabila mempunyai alpha sebesar 0,7 atau lebih atau koefisien keandalan. Suatu istrumen dianggap mempunyai level reliabilitas apabila nilai alpha cronback's 0,7 atau lebih.

³⁵ Agusiriant, *Statistik Konsep Dasardan aplikasinya*, (Jakarta: kencana prenadana media group, 2017), 135.

Untuk melakukan pengujian reliabilitas instrument, peneliti menggunakan bantuan program SPSS versi 21.³⁶

b. Analisis Deskriptif

Yang dimaksud dengan analisis deskriptif ialah cara dalam menggambarkan ataupun mendeskripsikan suatu data yang telah dikumpulkan supaya gampang untuk dipahami bagi pembaca.³⁷

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas dibuat untuk mengetahui suatu data yang didapatkan apakah memiliki distribusi yang normal atau yang tidak, dapat menggunakan uji normalitas. Penggunaan regresi linier berganda dipergunakan pada penelitian ini, sehingga asumsi yang dipergunakan ialah uji normalitas. Jika nilai pada mean dan median mempunyai persamaan sehingga model regresi telah memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan dari pengamatan nilai *skewness* peneliti bisa melihat suatu data yang terdistribusi normal yang mempunyai nilai (nol) 0 atau dapat menghitung dengan cara (*skewness/standar error of skewness*), serta rasio kurtosis yang dihitung dengan mempergunakan rumus (*kurtosis/standar error of kurtosis*), hasil pada koefisien rasio skewness dan juga kurtosis tidak melebihi angka 2 hal tersebut dapat dinyatakan distribusi normal.³⁸

2) Uji Multikolonieritas

Tujuan dari uji multikolonieritas yaitu untuk mengukur apakah dalam model regresi tersebut didapati adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui apakah adanya multikolonieritas atau tidaknya pada model regresi, yaitu:

³⁶ Johar Arifin, *SPSS 24 Untuk Penelitian dan Skripsi* (Jakarta: Gramedia, 2017), 89.

³⁷ Gulo W, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2013), 95.

³⁸ Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 322.

- a) Apabila nilai R^2 yang telah dihitung dan menghasilkan tingkat estimasi model empiris yang sangat tinggi, namun apabila variabel *dependent* (bebas) tidak banyak yang signifikan untuk mempengaruhi variabel *independent* (terikat).
- b) Apabila diamati dari nilai VIF (*variance inflation factor*) dan *tolerance*. Apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ atau setara dengan nilai *variance inflation factor* $< 10,00$ yang memiliki arti tidak terjadinya multikolonieritas.³⁹

3) Uji Heteroskedastisitas

Pada uji heteroskedastisitas dipergunakan dalam mengetahui apakah pada model regresi terdapat ketidaksamaan diantara varian dengan residual satu pengamatan yang lainnya. Pada penelitian ini dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan memakai grafik *scatter plot* diantara yaitu:⁴⁰

- a) Apabila dalam garifik didapati adanya pola titik-titik yang berbentuk pola teratur sehingga terjadi heteroskedastisitas.
- b) Apabila pada grafik tidak terdapat pola yang jelas sehingga dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Dalam uji autokorelasi tersebut dipergunakan dalam penelitian ini buat mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi antara variabel yang mengganggu periode pada sebelumnya (t-1). Karakteristik yang dipergunakan dalam penelitian ini, berdasarkan nilai Durbin Watson dapat diuraikan sebagai berikut:⁴¹

³⁹ Agus Purwoto, *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial* (Jakarta: Grasindo, 2017), 97.

⁴⁰ Trihendra, *7 Langkah Melakukan Analisis Statistik Menggunakan SPSS 21*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 2014), 198.

⁴¹ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 138.

- a) Apabila $0 < d < dL$, berarti ada autokorelasi positif
- b) Apabila $dL \leq d \leq dU$, pengujian tidak menyakinkan (ragu-ragu)
- c) Apabila $4-dL < d < 4$, berarti ada autokorelasi negatif
- d) Apabila $4-dU \leq d \leq 4-dL$, pengujian tidak menyakinkan (ragu-ragu)
- e) Apabila $dU < d < 4-DU$, berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif.

d. Uji Korelasi Berganda

Dalam ujian korelasi berganda tersebut tujuannya yaitu dipergunakan dalam mencari seberapa besarnya hubungan ataupun pengaruh dari dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Adapun rumusnya yaitu:⁴²

$$r_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{r^2x_1y + r^2x_2y - 2.rx_1y.rx_2y.rx_1x_2}{1 - r^2x_1x_2}}$$

Keterangan:

- $r_{x_1x_2y}$: korelasi Ganda
- rx_1y : korelasi produk moment antara X_1 dan Y
- rx_2y : korelasi produk moment antara X_2 dan Y
- rx_1x_2 : korelasi produk moment antara X_1 dan X_2
- x_1 : variabel *independent* (produk)
- x_2 : variabel *independent* (promosi)
- Y : variabel *dependent* (keputusan pembelian)

e. Uji Regresi Linier Berganda

Pada uji regresi linier berganda dapat dipergunakan dalam mengamati bagaimana naik turunnya (keadaan) pada variabel *dependent*. Maka, persamaan regresi buat dua predictor, ialah:⁴³

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

⁴²Riduwan, *Dasar-DasarStatistika* (Bandung: Alfabeta, 2013), 238.
⁴³ Sugiono, *StatistikaUntuk Penelitian* (Bandung: CV. Alfabeta, 2017) , 275.

- Y : variabel independent
- a : konstanta
- b : koefisien regresi
- X₁ : variabel independent (produk)
- X₂ : variabel independent (promosi)

f. Uji Hipotesis

1) Uji F

Pada uji F itu bertujuan untuk mengetahui korespondensi model dengan suatu data yang ada. Adapun langkah-langkahnya yaitu:⁴⁴

a) Menentukan hipotesis

H_a = berpengaruh secara simultan antara variabel produk dengan promosi terhadap keputusan pembelian.

H₀ = tidak berpengaruh secara simultan antara variabel produk dengan promosi terhadap keputusan pembelian.

b) *Level of signification* $\alpha = 0,05$

c) Menetapkan F hitung

d) Menetapkan F tabel

Dalam menentukan F tabel yang dipergunakan yaitu tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, df

Df pembilang $k-1 = 3-1 = 2$ dan penyebut $n-k$

e) Aturan serta karakteristik pengujian

H₀ diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

H₀ ditolak jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

f) Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} Dalam Memperbandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} jadi bisa ditetapkan apakah H₀ diterima atau ditolak.

2) Uji T

⁴⁴ Damondar Gurajati, *Dasar-Dasar Ekonometrika*, (Jakarta: Erlangga, 2016), 193.

Dalam penelitian ini uji T dipergunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen secara persial terhadap variabel terikat.

- a) Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$, jadi H_a ditolak dan H_0 diterima.
 - b) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, jadi H_a diterima dan H_0 ditolak.⁴⁵
- 3) Koefisien Determinasi

Pada koefisien determinasi (R^2) dipergunakan dalam memperkirakan seberapa jauh kapasitas model untuk menerangkan ataupun menjelaskan variabel dependen pada penelitian ini.⁴⁶ Untuk perhitungan koefisien determinasi pada penelitian ini dipergunakan untuk mengukur seberapa jauh kapasitas variabel independen produk (X_1) dan promosi (X_2) saat menerangkan ataupun menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). karakteristik pada pengujian $R^2 = 0$, jadi bisa bermakna variabel independen sama sekali tidak ada pengaruh terhadap variabel dependen. Apabila R^2 semakin mendekati angka satu, berarti mendekati 100% yang bermakna pada penelitian ini variabel bebas ada pengaruh yang besar terhadap variabel terikat.

⁴⁵ Nuryadi, dkk, *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*, (Yogyakarta: Sibuku Media, 2017) , 95.

⁴⁶ Nining Wahyuni, Bambang Suyadi dan Wiwin Hartanto, "Pengaruh Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Kutai Timber Indonesia Kota Probolinggo," *Jurnal pendidikan Ekonomi*, Vol. 12 No. 1, 2018, 103. <https://jurnal.unej.ac.id>. Diakses pada tanggal 28 Februari 2022.