

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen toko Al Collection Palembang yang berlokasi di Jl. Raya Palembang Betung Km.18 Kelurahan Sukamoro Kecamatan Talang kelapa Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan 30761. Objek dalam penelitian ini adalah kosumen di toko Al Collection Palembang. Penelitian ini membahas tentang pengaruh produk, harga, tempat (distribusi) dan promosi terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan empat variabel *independent* dan satu variabel *dependent*.

B. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *survey* dengan pendekatan kuantitatif. Desain penelitian *survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil pada populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.¹ Penelitian *survey* ini mengumpulkan data dan informasi secara langsung dengan memberikan kuesioner kepada responden yang merupakan konsumen di toko Al Collection.

¹Muhajirin, Maya Panorama, *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2018), hlm. 134.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung.² Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapat secara langsung melalui pengisian kuesioner dari responden sebagai instrumen penelitian.

2. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau secara langsung didapat dari responden.³ Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil jawaban responden atas kuesioner yang telah disebarakan kepada konsumen toko AI Collection.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup

²Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), hlm. 17.

³M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Preadamedia Group, 2005), hlm. 132.

yang akan diteliti.⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di toko AI Collection dalam jangka waktu 3 tahun terakhir.

Tabel 3.1

Jumlah Konsumen Toko AI Collection

No	Tahun	Jumlah Konsumen
1	2018	100
2	2019	150
3	2020	120
Total Konsumen		370

Sumber : Toko AI Collection, 2021

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Dalam penelitian kuantitatif, sampel merupakan sebuah isu yang sangat krusial yang dapat menentukan keabsahan hasil penelitian.⁵ Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling*, dimana setiap anggota populasi memiliki kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel. Dalam menentukan jumlah sampel penelitian ini menggunakan rumus Hair et al yaitu tergantung dengan jumlah indikator dikali 5-10.⁶ Jumlah indikator dari setiap variabel pada penelitian ini yaitu 16 dikali dengan 5 ($16 \times 5 = 80$). Sehingga melalui perhitungan dengan rumus ini, didapat jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 80 responden dari konsumen di toko AI Collection.

⁴Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 74.

⁵Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 74.

⁶J.F. Hair, *Multivariate Data Analysis Edisi 5*, (Semarang: Gramedia Pustaka Utama. 2006), hlm. 20

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang ditempuh oleh peneliti untuk mengumpulkan data secara *objektif*.⁷ Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yaitu dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk menjawabnya.⁸ Pada penelitian ini kuesioner yang digunakan yaitu dengan tingkat pengukuran skala likert. Skala likert adalah jenis skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁹ Dalam menggunakan skala likert, variabel penelitian yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator variabel ini akan menjadi tolak ukur dalam menyusun beberapa pertanyaan. Adapun pengukuran skala likert dalam penelitian ini sebagai berikut¹⁰ :

Tabel 3.2

Skala Likert

Simbol	Jawaban	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Fenti Hikmawati, 2021

⁷Syahrum, Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2012), hlm. 131.

⁸Muhajirin, Maya Panorama, *Pendekatan Praktis Metodologi Penelitian Kualitatif dan kuantitatif*, Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2018), hlm. 227.

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R &D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 93.

¹⁰Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2017), hlm. 59.

F. Variabel – Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan gejala yang menjadi fokus peneliti untuk diamati. Variabel sering disebut sebagai atribut dari sekelompok orang atau objek yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lainnya dalam kelompok itu.¹¹ Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen (Variabel bebas)

Variabel independen merupakan variabel bebas yang akan dilihat pengaruhnya terhadap variabel terikat/dependen.¹² Variabel independen dilambangkan dengan simbol (X). Variabel independen dalam penelitian ini ada 4 variabel yaitu : produk (X_1), harga (X_2), distribusi (X_3), promosi (X_4).

2. Variabel Dependent (variabel terikat)

Variabel dependen merupakan variabel hasil/terikat dari variabel bebas. Variabel dependen umumnya menjadi tujuan penelitian, sumber masalah yang ingin ditingkatkan kualitasnya.¹³ Variabel dependen dilambangkan dengan simbol (Y). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

¹¹Muhajirin, Maya Panorama, *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2018), hlm. 191.

¹²Muhajirin, Maya Panorama, *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2018), hlm. 191.

¹³Muhajirin, Maya Panorama, *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2018), hlm. 191.

G. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.3

Definisi operasional variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Produk (X_1)	Produk adalah bantal yang dipasarkan toko Al Collection untuk memenuhi permintaan konsumen toko Al Collection	<ol style="list-style-type: none">1. Kualitas2. Fitur3. Desain	Likert
2	Harga (X_2)	Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah dan digunakan dalam proses transaksi atau dapat juga dikatakan sebagai sejumlah uang yang harus dibayar konsumen toko Al Collection untuk mendapatkan bantal yang akan dibeli.	<ol style="list-style-type: none">1. Kesesuaian harga dengan manfaat produk2. Kesesuaian harga produk dengan harga pasar3. Keterjangkauan harga	Likert
3	Distribusi (X_3)	Distribusi adalah proses penyampaian produk bantal dari toko Al Collection kepada konsumen yang membeli bantal di toko Al Collection	<ol style="list-style-type: none">1. Lokasi mudah dijangkau2. Kemudahan untuk menemukan produk3. Kemudahan dalam pengantaran produk	Likert
4	Promosi (X_4)	Promosi merupakan cara toko Al Collection untuk memberikan informasi mengenai manfaat bantal dengan cara penyampaian yang menarik dan unik agar konsumen toko Al Collection bisa tertarik untuk membeli bantal di toko Al Collection.	<ol style="list-style-type: none">1. Periklanan2. Penjualan perorangan3. Promosi penjualan	Likert

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
5	Keputusan pembelian (Y)	keputusan pembelian merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan kata lain ketersediaan pilihan di toko Al Collection yang lebih dari satu merupakan suatu keharusan dalam pengambilan keputusan di toko Al Collection.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebiasaan dalam membeli produk. 2. Memberikan rekomendasi kepada orang lain. 3. Kemantapan pada sebuah produk. 4. Melakukan pembelian ulang. 	Likert

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2021

H. Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini instrumen penelitian yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mengukur secara tepat masalah yang ingin diukur. Uji validitas di penelitian ini yaitu untuk mengukur tingkat kevalidan kuesioner. Pengujian signifikan dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikan 0.1. Jika nilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner dinyatakan valid, dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka kuesioner dinyatakan tidak valid.¹⁴

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable*

¹⁴Duwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, (Yogyakarta : Andi, 2014), hlm. 52.

atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.¹⁵ Uji reliabilitas dapat dilihat dari besarnya nilai *alpha croancach's*. Metode *alpha croancach's* digunakan sebagai alat pengumpulan data. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dinyatakan *reliable* jika memiliki *alpha croancach's* > 0.60.

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik atau persyaratan analisis diperlukan untuk penelitian yang menggunakan statistik inferensial, khususnya statistik parametrik. Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai beberapa uji asumsi klasik yang lazim digunakan. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas¹⁶

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel yang digunakan dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Cara yang digunakan dalam uji normalitas adalah dengan melihat pola normal (*Probability plots*) dan uji *Kolmogorov Smirnov*.¹⁷ Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu :

¹⁵Wilson Setiawan dan Sugiono Sugiharto, "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan pembelian Toyota Avanza Tipe G di Surabaya", Jurnal Manajemen pemasaran Vol 2 No 1, 2014

¹⁶Widodo, *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*, (Depok: Rajawali Pers, 2019), hlm. 110.

¹⁷Widodo, *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*, (Depok: Rajawali Pers, 2019), hlm. 111.

- 1) Melihat dari pola normal (*Probability plots*) penyebaran data mengikuti garis normal dan titik berada disekitar garis diagonal maka data tersebut berdistribusi secara normal, dan sebaliknya jika penyebaran data tidak mengikuti garis normal dan titik tidak berada disekitar garis diagonal maka data tersebut tidak berdistribusi secara normal.
- 2) Jika nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0.1$ ($\rho > 0.1$) maka data tersebut berdistribusi normal.
- 3) Jika nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0.1$ ($\rho < 0.1$) maka data tersebut tidak berdistribusi normal

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Alat statistika yang sering dipergunakan untuk menguji multikolinearitas adalah dengan *Variance Inflation Factor* (VIF). Gejala multikolinearitas dapat diketahui jika di antara variabel independen terdapat korelasi yang kuat atau mendekati sempurna atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10.¹⁸

c. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah suatu keadaan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen bersifat linier.¹⁹ Pengujian

¹⁸Widodo, *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*, (Depok: Rajawali Pers, 2019), hlm. 115.

¹⁹Widodo, *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*, (Depok: Rajawali Pers, 2019), hlm. 113.

menggunakan SPSS dengan *Deviation From Linearity* dengan taraf signifikansi 0.10. Dua variabel bisa dikatakan memiliki hubungan yang linear apabila nilai *sig. Deviation from linearity* > 0.10.

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan pada uji Heteroskedastisitas yaitu²⁰ :

- 1) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar dan menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Selain itu analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.²¹ Rumus analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

²⁰Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistika Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, (Ponorogo: CV. Wade Group, 2017), hlm. 125-129.

²¹V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 160.

Keterangan:

- Y : Keputusan pembelian
- a : Konstanta
- X_1 : Produk
- X_2 : Harga
- X_3 : Tempat (distribusi)
- X_4 : Promosi
- b_1 : Koefisien regresi variabel produk
- b_2 : Koefisien regresi variabel harga
- b_3 : Koefisien regresi variabel tempat (distribusi)
- b_4 : Koefisien regresi variabel promosi

J. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah bermakna atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} masing-masing variabel bebas dengan nilai t_{tabel} dengan derajat kesalahan 10% dalam arti ($\alpha = 0.1$).²²

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.

²²Agus Tri Basuki dan nano Prawoto, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews)*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm. 88.

b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak, jadi variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada derajat kesalahan 10% dalam arti ($\alpha = 0.1$).²³

a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terbukti keempat variabel secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian H_1 diterima.

b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka terbukti bahwa keempat variabel secara simultan tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian H_1 ditolak.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui *persentase* perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independent (X). Jika (R^2) semakin besar, maka *persentase* perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X) semakin tinggi. Jika (R^2) semakin kecil, maka *persentase* perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X) semakin rendah.²⁴

²³Agus Tri Basuki dan nano Prawoto, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews)*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm. 87.

²⁴V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 164.