

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah untuk kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis.¹

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif . Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antarvariabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.²

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Elzatta Palembang Square Extention lantai LG unit.33 Jl. Ilir barat 1, Palembang Sumatera Selatan 30121. Waktu penelitian akan dilakukan dengan batas waktu yang belum ditentukan sesuai dengan data yang akan didapatkan nantinya.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

¹ Sugiono, *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung:Alfabeta,2012), hlm. 2

² Juliansyah Noor. *Metodelogi Penelitian Skripsi,Tesis, Disertasi,& Karya Ilmiah* .(Jakarta: Prenadamedia Group.2011).hlm.37

Jenis data ini kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistika.³

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data yang dikumpulkan oleh penulis berdasarkan sumbernya adalah Data primer, yaitu data yang didapat atau dikumpulkan oleh peneliti dengan cara langsung dari sumbernya. Cara yang bisa digunakan peneliti untuk mencari data primer yaitu observasi, diskusi terfokus, wawancara serta penyebaran kuesioner.⁴ Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari penyebaran daftar pertanyaan tertutup berupa kuesioner kepada konsumen Elzatta Palembang dan diperoleh melalui wawancara dengan pihak Galeri Elzatta Palembang.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya untuk dijadikan sebagai sumber data dalam suatu penelitian.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Elzatta Palembang yang berjumlah 4120 konsumen dari tahun 2016 sampai tahun 2017 member dan non member.⁶

2. Teknik Sampling

pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *accidental sampling*.

Menurut Sugiono teknik accidental sampling atau teknik penentuan sampel berdasarkan

³Singgi santoso, *buku latihan SPSS*, (Jakarta:PT.Elex Media Komputindo, 2009, hlm.4

⁴Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010), hlm. 35

⁵Masyhuri dan M. Zainuddin, *Metodelogi Penelitian*, (Malang : Refika Aditama, 2011), hlm 157

⁶ Hasil wawancara dengan pak Aryo Wibowo, Pic galeri elzatta Palembang, tanggal 2 Maret 2017

kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai responden⁷. Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Nilai Kritis (batas ketelitian) yang diinginkan/ margin of error max(10% atau 0,1)⁸.

$$n = \frac{4120}{1 + 4120 (0,1)^2}$$

$$= 97.63 \approx 98$$

Jadi setelah ditentukan dalam rumus slovin, maka Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 98 orang dan dibulatkan menjadi 100 orang responden konsumen Elzatta Cabang Palembang. Menurut Roscoe ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500⁹, Menurut Harry King untuk menentukan sampel penelitian survey jumlah sampel yang layak minimum adalah 100¹⁰. Jadi sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 100 responden konsumen Elzatta Hijab.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

⁷Sugiono, *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014) hlm.85

⁸ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), hlm 205

⁹Muhajirin dan Maya Panorama, *pendekatan Praktis metode penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Idea Press, 2017).hlm.115

¹⁰Ibid, Hlm.122

Dokumentasi dapat dilakukan dengan pengumpulan beberapa informasi tentang data dan fakta yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian baik dari sumber dokumen yang dipublikasikan, jurnal ilmiah, koran, majalah, website, dan lain-lain. Dalam penelitian ini dokumentasi didapat dari pihak Elzatta tentang informasi jumlah pelanggan dan sejarah serta visi misi perusahaan.

2. Kuesioner (angket)

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.¹¹ Dalam kuesioner tersebut terdapat pertanyaan mengenai data diri responden serta pertanyaan dari indikator tiap-tiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner yang bersifat tertutup yaitu pertanyaan yang dibuat sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dalam memberikan jawaban kepada beberapa alternatif saja atau pada satu jawaban saja. Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala Likert (1-5) yang mempunyai 5 tingkat preferensi jawaban masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS): diberi bobot/ skor 1
2. Tidak Setuju (TS) : diberi bobot/ skor 2
3. Kurang Setuju (KS) : diberi bobot/ skor 3
4. Setuju (S) : diberi bobot/ skor 4
5. Sangat Setuju (SS) : diberi bobot/ skor 5

¹¹Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), hlm 203.

Semakin besar jumlah nilai yang diberikan responden untuk tiap faktor, menunjukkan bahwa faktor tersebut semakin berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kuesioner tersebut ditujukan kepada konsumen Elzatta.

F. Variabel-variabel Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu :

a) Variabel Independen

Variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel lain yang pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang terjadi lebih dulu. Variabel ini biasa disimbolkan dengan variabel X.¹² Pada penelitian ini Variabel independen adalah Kualitas Produk (X^1), Potongan Harga (X^2) dan Promosi (X^3).

b) Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel ini biasa disimbolkan dengan variabel Y.¹³ Pada penelitian ini variabel dependen adalah Keputusan Pembeli (Y).

2. Definisi operasional variabel

Berikut tabel definisi operasional variabel untuk penelitian ini:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

¹² Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm 61

¹³ Nanang Martono, *Ibid* hlm 61

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas produk (X1)	Menurut Kotler Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. ¹⁴	1. Kinerja (<i>perfomance</i>) 2. Keandalan (<i>reliability</i>) 3. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>specification</i>) 4. Daya tahan (<i>durability</i>) 5. Estetika (<i>esthethic</i>). ¹⁵	Likert
Potongan Harga (X2)	Menurut Basu Swasta potongan harga adalah potongan harga (<i>discount</i>) dan penghargaan (<i>allowance</i>) merupakan pengurangan dari harga yang ada. ¹⁶	1. Diskon musiman 2. Diskon bonus jumlah pembelian 3. Penawaran <i>buy one get one free</i> ¹⁷	Likert
Promosi (X3)	menurut Basu Swasta, Promosi adalah info atau persuasi suatu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada	1. Periklanan 2. Publisitas 3. Promosi penjualan ¹⁹	Likert

¹⁴ Philip Kotler, *manajemen pemasaran*. Jilid II. Edisi Kesebelas, Alih bahasa Benyamin Molan, (Jakarta : Indeks, 2005), hlm.49

¹⁵ Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran* 1. Edisi kedua belas. Jakarta : PT.Indeks.2007.hlm.9

¹⁶ Basu Swasta, *ibid*, hlm.152

¹⁷ Kotler p, dan keller. *manajemen pemasaran* , edisi kedubelas, jilid 2 PT.indeks .Indonesia.hlm.103

	tindakan yang menciptakan pertukaran dan pemasaran. ¹⁸		
Keputusan Pembeli (Y)	keputusan pembelian merupakan tahap evaluasi, konsumen dari preferensi di antara merek di setiap pilihan dan mungkin juga dari niat untuk membeli merek yang paling disukai ²⁰	1. pilihan produk 2. jumlah pembelian 3. waktu pembelian 4. metode pembayaran ²¹	Likert

G. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut valid, maka perlu diuji dengan uji korelasi antara skor tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total kuesioner. Adapun tehnik korelasi yang dipakai untuk mengetahui apakah tiap-tiap pertanyaan itu *signifikan*, dalam penelitian ini dengan menggunakan SPSS untuk mengujinya.

Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} (nilai corrected item-total correlation pada output cronbach Alpha) dengan nilai t_{tabel} untuk degree of freedom

¹⁹ Basu Swasta DH dan Ibnu Sukatjo *ibid.*, hlm.296

¹⁸ Basu Swasta, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2010), Hlm 349

²⁰ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, hlm.170

²¹ Kotler dan Armstrong, *principles of marketing*, (edition 14, Person Education, United States of America : 2012), hal. 226

(df) = $n-k$ dalam hal ini n merupakan jumlah sampel dan k merupakan jumlah variabel independen (media periklanan). Bila : $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid. $r_{hitung} < r_{tabel}$, berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur indikator variabel penelitian. Suatu keusioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah stabil dari waktu ke waktu. Untuk menguji kehandalan keusioner yang digunakan, maka dilakukan analisis reliabilitas berdasarkan *koefisien alpha cronbach*. *koefisien alpha cronbach* menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala indikator yang ada dengan keyakinan tingkat kendala. Indikator yang dapat diterima apabila koefisien alpha diatas 0,60. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60.

H. Teknik Analisi Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif. Analisis data kuantitatif adalah suatu pengukuran yang digunakan dalam suatu penelitian yang dapat dihitung dengan jumlah satuan tertentu atau dinyatakan dalam angka-angka. Analisis ini meliputi pengolahan data, pengorganisasian data, dan penemuan hasil. Dalam hal ini, analisis data kuantitatif yang digunakan antara lain:²²

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

²²Buhano Agung Nugroho, *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*, (Yogyakarta, 2005), hlm. 73-

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.²³ Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas adalah menggunakan uji kolmogorov-smimov dengan signifikan 5% atau 0,05. Apabila hasil uji normalitas sudah lebih dari taraf signifikan maka data tersebut normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang akan dianalisis berhubungan secara linier atau tidak. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan tes for llinierity dengan taraf signifikan $< 0,05$. Hal ini berarti variabel bebas berkorelasi linier dengan variabel terikat. Sebaiknya jika nilai signifikan $\leq 0,05$, maka variabel bebas tidak berkorelasi linier dengan variabel terikat.²⁴

c. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel independen. Untuk dapat menentukan apakah terdapat multikolonieritas dalam model regresi dalam penelitian ini adalah dengan melihat VIF (*variance inflation factor*) dan tolerance serta menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut

²³Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2005), hlm.110

²⁴Sutrisno Hadi, *Seri Program Statistik-Versi 2000*, (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2000), hlm.103

Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada tidaknya problem heteroskedastisitas adalah dengan media grafik, apabila grafik membentuk pola khusus maka model terdapat heteroskedastisitas.²⁵ Dasar pengambilan keputusan.

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara keseluruhan atau individual terhadap variabel dependen. Sedangkan kriteria mengujinya adalah taraf signifikansi = 0,05. Distribusi t dengan derajat kebebasan (n). Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a diterima.

a. Uji koefisien determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh secara serentak variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. $R^2 = 0$, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun

²⁵Imam Ghazali, Op.cit.hlm.105

variasi variabel dependen. Sebaliknya $R^2 = 1$, maka persentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100 variasi variabel independen.²⁶

b. Uji t (persial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan beberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara induvidual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan menggunakan signifikan level ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakyukan dengan kriteria

- a) Jika nilai signifikan $> 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara versial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai signifikan ≤ 0.05 dan $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secra versial variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.²⁷

c. Uji F

Uji f digunakan untuk menguji hipotesis yang menyatakan variabel independen linier memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pemebel;ian kriteria pengujian: Hipotesis diterima jika nilai krobalitas F (signifikan F) $<_{\alpha}(0,05)$ Hipotesis ditolak jika nilai krobalitas F (signifikan F) $>_{\alpha}(0,05)$

²⁶Dwi Priyanto, *Paham Analisis Statistik data dengan SPSS*, (Yogyakarta: mediakom,2010), hlm.66

²⁷Ibid, hlm.55

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisisregresi linear berganda adalah suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Adapun formula untuk metode analisis regrasi linier berganda sebagai berikut:

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

Dimana :

Y = Keputusan pembelian

X₁= Kualitas Produk

X₂= Potongan Harga

X₃= Promosi

b₁₋₃ = koefisien persial untuk masing-masing variabel-variabel X₁ X₂ X₃

