

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Setting Penelitian

Penelitian ini menarik pada pengaruh harga, promosi terhadap keputusan pembelian pada cilupbah shop Palembang. Penelitian ini dilakukan pada konsumen cilupbah shop Palembang, JalanMerdeka Palembang.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Data yang berupa angka akan dianalisis dengan menggunakan metode statistik.¹

Lokasi yang diambil adalah jalan merdeka Palembang. Penulis mengambil data tentang pengaruh harga, promosi terhadap keputusan pembelian dalam memilih produk di cilupbah shop, dalam penelitian ini penulis akan memilih responden konsumen cilupbah shop Palembang di jalan merdeka.

C. Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data penelitian diperoleh dan yang akan diteliti. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

- a. Data primer, adalah data yang diperoleh melalui penelitian lapangan yang dilakukan secara langsung dan dikumpulkan dari objek yang diteliti.

“Pengumpulan data primer dalam penelitian dilakukan melalui kuesioner

¹<https://id.m.wikipedia.org>

secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang ada di cilupbah shop palembang”²

- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari hasil bacaan dari buku-buku, skripsi, maupun perpustakaan lain yang ada hubungannya dengan pembahasan yang dihadapi dan yang akan di teliti. “Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang bersumber dari skripsi-skripsi, buku-buku.”³

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek, subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen pada cilupbah shop palembang.⁴Gambaran dari populasi objek dalam penelitian ini adalah para pembeli pakaian cilupbah shop palembang yang jumlahnya tidak dapat terdeteksi dengan jelas dan responden yang diambil adalah para pengunjung dan pembeli yang datang di toko cilupbah shop palembang untuk kalangan remaja maupun dewasa dan yang telah berkeluarga, serta responden merupakan langsung atau bukan sebagai perantara orang lain.

²Sugiono.”*Metode. Penelitian Kuantitatif*” (Jakarta:Kualitatif RD, 2014), hlm.137

³Sunyoto.*Opcit*.hlm.42

⁴Maya Panorama.”*Pendekatan praktis metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*“(Yogyakarta:Idea Press ,2017) cet-1.hlm.113

b. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang telah diteliti secara rincian detail. Ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin seluruh anggota populasi, oleh karena itu harus membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Pengambilan sampel digunakan dengan cara sampel random, Sampel random adalah mencampurkan subjek-subjek di dalam populasi, sehingga semua subjek dianggap sama, dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah sebagian dari populasi konsumen cilupbah shop Palembang.⁵

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini akan menggunakan rumus formula Lemeshow.⁶

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{z \cdot a \cdot 2}{E} \right]^2$$

n : jumlah sampel dan jumlah populasi yang ingin diperoleh

z : angka yang menunjukkan penyimpangan nilai varians dari mean

E : kesalahan maksimal yang mungkin dialami

a : tingkat kesalahan data yang dapat ditoleransi oleh penelitian

Bila tingkat kepercayaan 95%, artinya peneliti yakin kesalahan duga sampel hanya sebesar 5% (a=5%) serta batas error sebesar 10% yang berarti peneliti hanya mentolerir kesalahan responden dalam proses pencarian data tidak boleh melebihi jumlah 10% dan keseluruhan responden maka besarnya sampel adalah

⁵*Ibid.* hlm. 113

⁶Ridwan, *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jakarta: Erlangga, 2014), hlm. 66

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{z_{0,05} \cdot 2}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} [19,6]^2$$

$$n = \frac{1}{4} [384,16]$$

$$n = 96,04 = 96 \text{ responden}$$

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dengan cara sebagai berikut:

a. Kuesioner

Metode kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya. Meskipun terlihat mudah, teknik pengumpulan data melalui angket cukup sulit dilakukan jika respondennya cukup besar dan terbesar di berbagai wilayah. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penyusunan angket menurut sekarang terkait dengan prinsip penulisan angket, prinsip pengukuran dan penampilan fisik.⁷

Untuk mengukur pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian dilakukan dengan cara menyebarkan angket serta memberi skor jawaban angket yang diisi oleh konsumen cilupbah shop dengan ketentuan jawaban

⁷Maya Panorama. *Opcit*. hlm.227

1. Jawaban sangat setuju diberikan skor 5
2. Jawaban setuju diberikan skor 4
3. Jawaban kurang setuju diberikan skor 3
4. Jawaban tidak setuju diberikan skor 2
5. Jawaban sangat tidak setuju diberikan skor 1

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui foto saat penelitian dan sebagainya yang berkaitan dengan permasalahan laporan, kemudian dikelola menjadi data penunjang dalam pembuatan penelitian ini. Pengambilan data melalui dokumen-dokumen yang berhubungan dengan masalah yang diteliti yakni data daftar penjualan

F. Variabel-Variabel Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan konstruk atau hal yang digunakan dalam penelitian. Variabel penelitian ini adalah ubahan yang memiliki variasi nilai, dalam penelitian ini menggunakan variabel sebagai berikut :

a. Variabel Bebas

Variabel bebas adalah sebuah stimulus atau variabel yang memengaruhi variabel lain. Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel terkait dimana faktornya diukur, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan dengan

suatu gejala yang diobservasi. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini yaitu harga (X1), dan promosi (X2).⁸

b. Variabel Terikat

Variabel terikat merupakan variabel yang memberikan reaksi dan respon jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).⁹

2. Operasionalisasi Variabel

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka desain penelitian ini termasuk pada jenis deskriptif dari olahan data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yg berbentuk angka-angka dan analisis menggunakan statistik.¹⁰

Tabel 3.1
Tabel Oprasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala pengukuran
Harga (X1)	Nilai	1.Kesesuaian harga dengan kualitas produk 2.Keseuaian harga dengan manfaat	Likert
	Uang	3.Keterjangkauan harga 4.Daya saing harga	
Promosi (X2)	Periklanan	5.Iklan tv 6. brosur	Likert
	Penjualan personal	7.Diadakannya SPG 8. pelayan konsumen	
	Promosi	9.Potong harga	

⁸*Ibid.* hlm.26

⁹M.Taufiq Amir.*Opcit.*hlm.49

¹⁰Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat. “*Metodelogi Penelitian*” (Bandung :Maju Mundur,2011),hlm.73

	penjualan	10. Produk bersama dengan hadiah	
Keputusan pembelian (X3)	Pengenalan masalah	11. Konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dicari 12. Adanya rangsangan eksternal/internal yang memicu konsumen menggunakan produk	Likert
	Pencarian informasi	13. Adanya sumber informasi pribadi (keluarga, teman, tetangga, rekan) 14. Adanya pengaruh komersial (iklan, kemasan, tampilan)	
	Keputusan pembelian	15. Konsumen menentukan pembelian berdasarkan aturan sederhana 16. Adanya pengaruh sikap orang lain yang menentukan pembelian	
	Perilaku pasca pembelian	17. Kepuasan pasca pembelian 18. Tindakan pasca pembelian	

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisoner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah di buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur.¹¹

Pengambilan keputusannya bahwa setiap indikator valid apa bila nilai r hitung lebih besar atau sama dengan r table atau r hitung berada di

¹¹Ghozali, imam. "Analisis multivariate dengan program SPSS" (Semarang: Universitas Diponegoro, 2003)

bawah 0,05. Untuk menentukan nilai r hitung, dibantu dengan program SPSS yang dinyatakan dengan nilai *corrected item total correlation*. Dapat pula digunakan rumus teknik korelasi *product moment* .

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrument pengukuran. Uji reliabilitas juga dapat dikatakan sebagai suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.¹²Kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika nilai alpha > 0,60 berarti pernyataan reliabel, Jika nilai alpha \leq 0,60 berarti pernyataan tidak reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Model analisis regresi penelitian ini mensyaratkan uji asumsi terhadap data yang meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik data yang banyaknya dari 30 angka ($n > 30$) maka sudah diasumsikan berdistribusi normal. Bisa dikatakan sampel besar. Jika nilai sig lebih besar dari 5%

¹²Budhi Satrio.” *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*” (Surabaya: Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ,2015), hlm.8

maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal, dan jika sig lebih kecil dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar tidak normal.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak adanya korelasi antara variabel independen. Multikolinieritas berarti bahwa antar variabel independen atau variabel dependen yang terdapat dalam model memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menunjukkan terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan nilai simpangan residual akibat besar kecilnya nilai salah satu variabel independen. Atau adanya perbedaan nilai ragam dengan semakin meningkatnya nilai variabel independen. Pengujian terhadap adanya gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan mempergunakan pengujian korelasi *Rank Spearman*, yaitu dengan mengkorelasikan nilai absolute residual dengan seluruh variabel independen.¹³ Deteksi adanya heteroskedastisitas adalah sebagai berikut

¹³*Ibid.* hlm.9

:Jika nilai $\text{Sig.} \leq \alpha = 0,05$, berarti terkena heteroskedastisitas, jika nilai $\text{sig.} > \alpha = 0,05$, berarti bebas heteroskedastisitas

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan analisis regresi dengan dua atau lebih variabel independen.¹⁴ Analisis regresi linier berganda variabel dependen yang digunakan adalah keputusan pembelian pada cilupbah shop palembang, dan variabel independen harga dan promosi. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, maka digunakan model regresi linier berganda yang dirumuskan sebagai berikut. Rumus regresi linier berganda

$$Y = a + X_1 + X_2$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

X_1 = Harga

X_2 = Promosi

A = Konstanta

merupakan besarnya perubahan variabel terikat akibat perubahan tiap-tiap unit variabel bebas (kemiringan). Fungsi persamaan regresi selain untuk memprediksi nilai variabel dependen (Y), juga digunakan untuk mengetahui arah dari besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

¹⁴Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, "Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis". (Yogyakarta : PT. Rajagrafindi Persada, 2016), hlm. 45

5. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui hipotesis dalam penelitian ini, maka digunakan :

1. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *Significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Hal ini berarti bahwa variabel independen (X) yaitu harga (Hrg) dan Promosi(PR) tidak mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian (KP).
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti bahwa variabel independen (X) yaitu harga (Hrg) dan Promosi(Pr) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian (KP).

2. Pengujian secara simultan (Uji F)

Pengujian secara simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui seluruh variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel dependen.¹⁵ Pengujian ini

¹⁵Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews)*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2016), Cet-1, hlm. 87

dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Dasar pengambilan keputusan dalam uji F adalah sebagai berikut :

1. jika nilai signifikan $< 0,05$, atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.
2. jika nilai signifikan $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

3. Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien korelasi (R) digunakan untuk mengetahui seberapa besar keterkaitan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) secara simultan, sedangkan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan variabel independen dengan variabel dependen secara persial. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerapkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu, nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.¹⁶

¹⁶Budhi Satrio. “*Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*” (Surabaya: Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2015) ,hlm.9