

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2013:13). Penelitian ini menggunakan kuantitatif, bertujuan untuk menguji kebenaran data dalam penentuan dan pemecahan masalah penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini di PT. Semen Indonesia Logistik Jln. Mayjend Sungkono No.16 B, Gulomantung, Gresik, Kec.Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61122.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:43). Populasi pada penelitian ini adalah store manager di toko bangunan yang membeli produk di PT. Semen Indonesia Logistik di daerah Kec.Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61122 yang berjumlah 44 *store manager* toko bangunan di daerah Kec.Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61122

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013;81) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* jenis dengan *Sampel Jenuh*. Menurut Sugiyono(2014:118) teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Maka dari itu, Penulis memilih sampel menggunakan teknik sampling jenuh karena jumlah populasi yang relatif kecil. Sehingga sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *store manager* toko bangunan yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli yang berjumlah 44 responden di PT. Semen Indonesia Logistik.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Pada penelitian ini, jenis data yang dipakai oleh peneliti adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dikumpulkan oleh peneliti dari lapangan atau obyek penelitian sesuai dengan variable yang diteliti kemudian diolah. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah jawaban responden atas pernyataan berdasarkan indikator variabel *Product* (X_1), *Price* (X_2), *Promotion* (X_3), *Place* (X_4), Keputusan Pembelian (Y), yang diajukan kepada responden.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal konsumen dari PT. Semen Indonesia Logistik Jln. Mayjend Sungkono No.16 B, Gulomantung, Gresik, Kec.Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61122.

3.5 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dengan menggunakan metode kuesioner, metode ini dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan yang bersifat tertutup dan terbuka kepada responden. Pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tertutup diukur dengan menggunakan skala dengan interval 1-5, yaitu sangat setuju, setuju, ragu - ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

3.6 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Identifikasi Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, dengan memahami fenomena yang diteliti maka variabel yang ada di dalam penelitian ini adalah :

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua, yaitu:

1. Variabel bebas (X)

$X_1 = Product$

$X_2 = Price$

$X_3 = Promotion$

$X_4 = Place$

2. Variabel Terikat (Y), yaitu Keputusan Pembelian Produk Semen 40Kg Di PT. Semen Indonesia Logistik.

3.6.2 Definisi Operasional Variabel

Sedangkan definisi ini dimaksudkan untuk menjabarkan variabel kedalam indikator yang lebih terperinci, sehingga akan mempermudah pengamatan maupun pengukurannya. Pengukuran secara operasional adalah:

1. Variabel (X)

a. *Product* (X_1)

Pendapat responden terhadap *product* PT. Semen Indonesia Logistik diukur menggunakan indikator dibawah ini :

- 1.) Merek produk
- 2.) Kualitas produk

b. *Price* (X_2)

Pendapat responden terhadap harga yang diberikan PT. Semen Indonesia Logistik diukur menggunakan indikator dibawah ini :

- 1.) Tingkat harga
- 2.) Potongan harga
- 3.) Waktu pembayaran

c. *Promotion* (X_3)

Pendapat responden terhadap promosi yang diberikan PT. Semen Indonesia Logistik diukur menggunakan indikator dibawah ini :

- 1.) *Personal Selling*
- 2.) Periklanan
- 3.) Promosi penjualan

d. *Place* (X_4)

Pendapat responden terhadap tempat PT. Semen Indonesia Logistik diukur menggunakan indikator dibawah ini :

- 1.) Keterjangkauan lokasi
- 2.) Kelancaran akses menuju lokasi

e. Keputusan Pembelian(Y)

Pendapat responden terhadap keputusan pembelian diukur menggunakan indikator dibawah ini :

- 1.) Tujuan dalam membeli sebuah produk
- 2.) Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek
- 3.) Kemantapan pada sebuah produk
- 4.) Menberikan rekomendasi kepada orang lain
- 5.) Melakukan pembelian ulang

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Pengukuran variabel dilakukan dengan alat bantu kuisisioner yang diisi oleh responden. Pengukuran kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan *skala likert* dibuat dalam bentuk table. Menurut Sugiyono (2015;93) menyatakan bahwa *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala ini berisi lima tingkat prefensi jawaban dengan rincian sebagai berikut :

1. Sangat Setuju (SS) = skor 5
2. Setuju (ST) = skor 4
3. Ragu – Ragu (RG) = skor 3
4. Tidak Setuju (TS) = skor 2

5. Sangat Tidak Setuju (STS) = skor 1

3.8 Uji instrumen

Instrumen penelitian ini memakai alat bantu kuesioner dalam pengumpulan data primer, untuk menguji kuesioner tersebut peneliti memakai uji sebagai berikut:

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2011;121) validitas adalah instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan membandingkan nilai r hitung (Correlated item-total correlations) dengan r tabel. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid, (Ghozali,2013;53). r tabel didapat dari taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan derajatbebas atau *degreeoffreedom* (df) menggunakan rumus berikut :

Keterangan :

$df = n - 2$

n = jumlah sampel

2 = *two tail test*

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Ghozali (2013;47). Suatu Kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten

atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan cara mencobakan instrumen sekali saja, kemudian data yang di peroleh dari analisis dengan teknik tertentu, dalam hal ini teknik yang digunakan adalah *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbachalpha* $> 0,70$ (Ghozali, 2013;48).

3.9 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan, Jika nilai *Variance Inflation Factor* (*VIF*) tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* (*TOL*) tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas (Ghozali, 2013;106)

Tabel 3.3
Nilai Durbin – Watson

Jika	Hipotesis nol	Keputusan
$0 < d < DL$	Tidak ada autokorelasi positif	Di tolak
$DL \leq d \leq DU$	Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan
$4-DL < D < 4$	Tidak ada autokorelasi negative	Di tolak
$4-DU \leq D \leq 4-DL$	Tidak ada autokorelasi negative	Tidak ada keputusan
$DU < D < 4-DU$	Tidak ada autokorelasi positif dan negative	Diterima

Sumber : Ghozali (2013;110)

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013:134). Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas, sedangkan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013:139).

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan uji glejser, dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas melalui uji glejser adalah :

1. Apabila sig. 2-tailed $< \alpha = 0.05$, maka telah terjadi heteroskedastisitas
2. Apabila sig. 2-tailed $> \alpha = 0.05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas
3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas penelitian ini dengan menggunakan analisis grafik dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sambung diagonal dari grafik atau histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan menurut Ghozali (2013;163) yaitu :

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.10 Teknik Pengambilan dan Analisis Data

3.10.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dimaksud untuk menganalisis pengaruh dari variabel *Product* (X_1), *Price* (X_2), *Promotion* (X_3), *Place* (X_4), Keputusan Pembelian (Y) dengan persamaan berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (Keputusan pembelian)

a = Konstanta

x_1 = *Product*

x_2 = *Price*

x_3 = *Promotion*

x_4 = *Place*

b_1 = Koefisien variabel *Product*

b_2 = Koefisien variabel *Price*

b_3 = Koefisien variabel *Promotion*

b_4 = Koefisien variabel *Place*

e = Error

3.10.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 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 (Ghozali (2013;97)).

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi R^2 adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap

penambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan adjusted R^2 agar tidak terjadi bias dalam mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

3.10.3 Uji Hipotesis

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas atau independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013:98). Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

1. Menentukan formulasi null hipotesis statistik yang akan diuji.

Hipotesis 0, $H_0 : \beta_i = 0$ Artinya tidak ada pengaruh antara variabel (X) *Product, Price, Promotion, Place* secara parsial terhadap variabel (Y) Keputusan pembelian.

Hipotesis alternatif, $H_a : \beta_i \neq 0$ Artinya ada pengaruh antara variabel (X) *Product, Price, Promotion, Place* secara parsial terhadap variabel (Y) Keputusan pembelian.

2. Menentukan kriteria pengujian

Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

