

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat kausal (sebab-akibat) yaitu penelitian yang bersifat menjelaskan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Penelitian ini bersifat kausal (sebab-akibat) yaitu penelitian dengan memfokuskan pada beberapa variabel yang berhubungan (paradigma penelitian), merupakan pola pikir yang menunjukkan hubungan variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis dan teknik analisis yang akan digunakan (Sugiyono,2010: 59).

3.2 Lokasi Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih, maka lokasi penelitian ini dilakukan konsumen yang membeli keramik pada PT Sumber Baja Abadi JL. Raya Meduran No. 236 Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2010:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang memutuskan membeli keramik pada PT Sumber Baja Abadi di Kabupaten Gresik, dengan judul pengaruh *produk, price, promotion, people* dan *process* terhadap keputusan pembelian keramik di PT Sumber Baja Abadi.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2007:116) sampel merupakan bagian dari bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang secara umum terbagi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*.

Dalam penelitian ini penarikan sampel dilakukan dengan teknik *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel Sugiyono (2010:82). Dengan pendekatan *sampling aksidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Menurut Irawan dalam Sukandarrumidi (2010:54) mengatakan bahwa total variabel bebas yang berjumlah 5 x 25 sehingga jumlah sampel minimum adalah 125 responden yang membeli keramik pada PT Sumber Baja Abadi.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data adalah kumpulan angka-angka yang berhubungan dengan observasi. Menurut Sugiyono (2010;193).

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Narimawati (2008;98) data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli, dari hasil penyebaran kuesioner berisi tentang pengaruh *product*, *price*, *promotion* dan *process* terhadap keputusan pembelian di PT Sumber Baja Abadi di Kabupaten Gresik.

3.5 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilaksanakan dengan melalui kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket atau daftar pertanyaan kepada responden agar didapat keterangan dan data yang lebih terperinci tentang masalah yang sedang diteliti. Jawaban yang diharapkan dalam penelitian ini telah disediakan sehingga responden tinggal memilih jawaban yang dianggap sesuai.

3.6 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Identifikasi Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010:58)

1. Variabel bebas / *Independent*

Variabel *Independent* (bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini:

- a. *Product* (X1)
- b. *Price* (X2)
- c. *Promotion* (X3)
- d. *People* (X4)
- e. *Process* (X5)

2. Variabel terikat / *Dependent*

Variabel dependent (terikat) adalah suatu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.6.2 Definisi Operasional

Variabel-variabel yang digunakan dalam “Pengaruh *product*, *price*, *place* dan *promotion* terhadap keputusan pembelian keramik di PT Sumber Baja Abadi di Kabupaten Gresik” adalah:

1. Variabel *Product* (X1)

Produk adalah kegiatan yang dilakukan oleh PT Sumber Baja Abadi dalam meningkatkan kualitas hasil atau produk guna memuaskan para konsumen. *product* memiliki indikator sebagai berikut:

- a. Bahan baku berstandar
- b. Desain yang terkini
- c. Daya tahan

2. Variabel *Price* (X2)

Harga Adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. . Adapun indikator adalah:

- a. Terjangkaunya biaya.
- b. Kesesuaian antara harga dengan kualitas.
- c. Kemudahan cara pembayaran.

3. Variabel *Promotion* (X3)

Promosi diartikan penilaian konsumen terhadap promosi yang dilakukan oleh PT Sumber Baja Abadi dan melalui informasi itu konsumen membuat keputusan untuk memilih membeli keramik pada PT Sumber Baja Abadi. Adapun indikator sebagai berikut:

- a. Brosur
- b. Personal *selling*.
- c. Promosi penjualan (*display*)

4. Variabel *People* (X4)

People diartikan penilaian konsumen atas seluruh sumber daya manusia yang dimiliki PT Sumber Baja Abadi Gresik yang terlibat dalam penyampaian jasa.

Adapun indikator sebagai berikut:

- a. Kemampuan karyawan dalam melayani penjualan.
- b. Pelayanan administrator.
- c. Sikap kerja Karyawan.

5. Variabel *Process* (X5)

Proses diartikan penilaian konsumen terhadap aktivitas prosedur, mekanisme dan rangkaian kegiatan yang dialami konsumen selama membeli keramik di PT Sumber Baja Abadi. Adapun indikator sebagai berikut:

- a. Kecepatan dalam pelayanan administrasi
- b. Proses pembelian sesuai dengan kualitas.

6. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Tjiptono (2008;156) “Keputusan pembelian didasari pada informasi tentang keunggulan suatu produk yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan merubah seseorang untuk melakukan keputusan pembelian”. Indikatornya adalah:

- a. Menentukan pilihan dengan mengumpulkan data/informasi.
- b. Keyakinan akan kualitas produk.
- c. Kesesuaian kebutuhan.

3.7 Pengukuran Variabel

Pengukuran dari tiap variabel dilakukan dengan alat bantu menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2010:93) menyatakan bahwa skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun *item-item* instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Biasanya indikator ini diamati dengan menggunakan kuesioner atau angket yang bertujuan untuk mengetahui pendapat responden tentang sesuatu hal. Skala yang sering dipakai adalah skala ordinal yaitu skala yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban.

Preferensi yang dimaksud memberikan pilihan terhadap responden yang menunjukkan preferensi sangat setuju atau sangat tidak setuju kepada setiap pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang dinilai.

1. Responden akan mendapat nilai 5 bila responden menjawab SS (Sangat Setuju)
2. Responden akan mendapat nilai 4 apabila responden menjawab S (Setuju).
3. Responden akan mendapat nilai 3 apabila responden menjawab RG (Ragu-ragu).
4. Responden akan mendapat nilai 2 apabila responden menjawab TS (Tidak Setuju).

5. Responden mendapat nilai 1 apabila responden menjawab STS (Sangat Tidak Setuju).

3.8 Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Ghazali (2013:53).

Menurut Ghazali (2013:52-59), mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n-2$, dalam ini n adalah jumlah sampel. dengan alpha sebesar 5%. Jika r hitung (tiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item – total correlation*) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan Indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghazali, 2013:47). Dalam pengujian ini, peneliti mengukur reliabelnya suatu variabel dengan cara melihat *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan lebih besar dari 0,70. Suatu konstruk atau variabel

dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Ghozali, 2013:48).

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang menjelaskan.

Rumus Uji Durbin Watson sebagai berikut:

$$d = \frac{\sum(e_n - e_{n-1})^2}{\sum e_x^2}$$

Keterangan:

d = nilai Durbin Watson
 e = residual

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Terjadi multikolinieritas pada variabel-variabel independen jika kolerasi antar variabel independen / bebas sangat tinggi atau mendekati 1 (Sarwono, 2012). Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol Ghozali (2011; 91). Untuk mengetahui ada tidaknya multikolonieritas pada suatu model regresi, diantaranya dengan melihat nilai tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor) yaitu:

1. Jika nilai tolerance > 0.10 dan VIF < 10 , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolonieritas pada penelitian tersebut.
2. Jika nilai tolerance < 0.10 dan VIF > 10 , maka dapat diartikan bahwa terjadi gangguan multikolonieritas pada penelitian tersebut.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas*. Jika *variance* tersebut berbeda, maka disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas Ghozali (2011;105).

Gejala heteroskedastisitas terjadi sebagai akibat ketidaksamaan data, terlalu bervariasinya data yang diteliti. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas Gozali, (2011;105) salah satunya yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Dasar analisisnya adalah:

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

3.10 Teknik Analisis Data

Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat bilangan atau berupa angka-angka. Sumber data yang digunakan dari penelitian ini adalah penarikan data primer dengan menggunakan kuisisioner. Data tersebut dikuantitatifkan dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban responden Sugiyono, (2008:86).

3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas dengan tujuan untuk memprediksi nilai rata-rata variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui Gozali, (2011:43).

Persamaan garis regresi linier berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana:

Y	= Keputusan Pembelian
a	= Nilai konstanta
X ₁	= <i>Product</i>
X ₂	= <i>Price</i>
X ₃	= <i>Promotion</i>
X ₄	= <i>People</i>
X ₅	= <i>Process</i>
b ₁	= Koefisien regresi dari X ₁
b ₂	= Koefisien regresi dari X ₂
b ₃	= Koefisien regresi dari X ₃
b ₄	= Koefisien regresi dari X ₄
b ₅	= Koefisien regresi dari X ₅
e	= Error

3.10.2 Uji Hipotesis

Untuk menguji suatu hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti, maka dilakukan uji statistik, yaitu:

3.10.2.1 Uji t

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh hipotesis yang telah disajikan yaitu:

1. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$, artinya *product, price, promotion, people dan process* secara parsial tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian keramik di PT Sumber Baja Abadi.

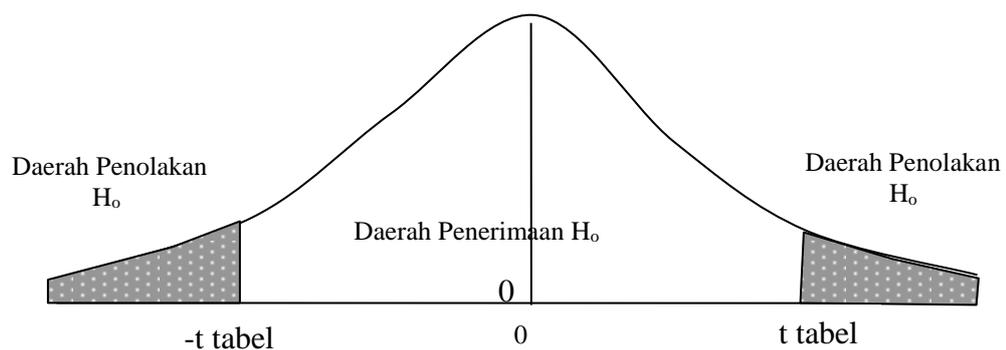
$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq 0$, artinya *product, price, promotion, people dan process* secara parsial ada pengaruh terhadap keputusan pembelian keramik di PT Sumber Baja Abadi.

2. Menentukan t_{tabel}

Menentukan taraf nyata (α) 5%, derajat bebas atau *degree of freedom* (df) $n-k-1$, dimana n = jumlah pengamatan dan k = jumlah variabel untuk menentukan nilai t_{tabel} .

3. Kriteria yang dipakai dalam uji t adalah:

- a. Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya *product, price, promotion, people dan process* parsial ada pengaruh terhadap keputusan pembelian keramik di PT Sumber Baja Abadi. Dengan demikian hipotesis satu, dua, tiga, empat dan lima terbukti kebenarannya.
- b. Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya *product, price, promotion, people dan process* secara parsial tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian keramik di PT Sumber Baja Abadi. Dengan demikian hipotesis satu, dua, tiga, empat dan lima tidak terbukti kebenarannya.



Gambar 3.1
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t

1. Uji F

Uji ini digunakan untuk menguji hipotesis keempat yaitu, diduga ada pengaruh secara simultan produk, price, promotion, people dan process terhadap keputusan pembelian keramik di PT Sumber Baja Abadi.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap:

a. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$, artinya produk, price, promotion, people dan process secara simultan tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian keramik di PT Sumber Baja Abadi.

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq 0$, artinya produk, price, promotion, people dan process secara simultan ada pengaruh terhadap keputusan pembelian keramik di PT Sumber Baja Abadi..

b. Menentukan F_{tabel}

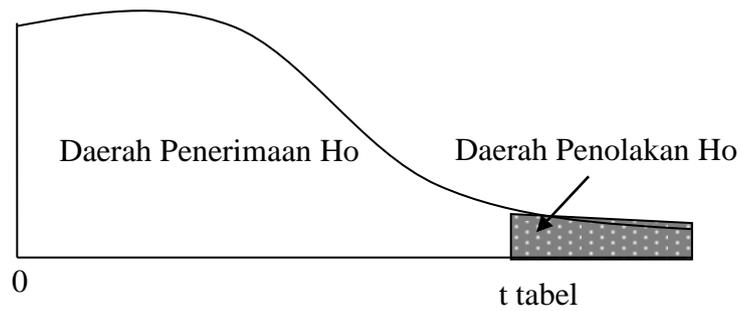
Menentukan taraf nyata (α) = 0,05 atau 5% dan $df = (k-1); (n-k)$ untuk menentukan nilai F_{tabel}

c. Kriteria yang dipakai dalam uji F adalah:

1) Apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya artinya produk, price, promotion, people dan process secara simultan ada pengaruh terhadap keputusan pembelian keramik di PT Sumber Baja Abadi. demikian hipotesis lima terbukti kebenarannya

2) Apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya artinya produk, price, promotion,

people dan process secara simultan tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian keramik di PT Sumber Baja Abadi. Dengan demikian hipotesis lima tidak terbukti kebenarannya.



Gambar 3.2
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji F