

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif yaitu menjelaskan pengaruh variabel satu dengan yang lain, dalam hal ini pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Data banyak diperoleh dari lapangan melalui suatu pendekatan penelitian (*survey*). Menurut Sugiyono (2008;7) penelitian *survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah dari sampel yang diambil dari populasi tersebut.

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen “SIHA” di wilayah Kecamatan Benjeng Kabupaten Gresik.

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sugiyono (2013;80). Populasi yang diamati adalah konsumen yang membeli dan menggunakan Air Minum “SIHA” di wilayah Kecamatan Benjeng Kabupaten Gresik.

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 adalah *sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2005;60).

Menurut Sugiyono (2013;74) ukuran sampel yang layak dalam penelitian ini adalah antara 30 sampai dengan 500. Jumlah sampel yang di ambil dari penelitian ini adalah 100 responden, karena sudah bisa mewakili dari sampel konsumen produk “SIHA” di kecamatan Benjeng Kabupaten Gresik.

3.4. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1. Identifikasi Variabel

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari dua variabel yaitu Harga (X_1) dan Promosi Penjualan (X_2), sedangkan variabel dependen terdiri dari satu variabel yaitu Keputusan Pembelian (Y).

3.4.2. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel bebas (X)

a. Harga(X_1)

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas suatu produk atau jasa, jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut, dengan Indikator:

- 1) Terjangkaunya biaya
- 2) Kesesuaian antara harga dan kualitas.
- 3) Kemudahan cara pembayaran

b. Promosi Penjualan (X_2)

Promosi Penjualan adalah Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa, dengan Indikator :

- 1) Kupon
- 2) Hadiah
- 3) Potongan Gratis

c. Publisitas (X_3)

Publisitas adalah sejumlah informasi tentang sasaran, barang, atau organisasi yang disebarluaskan ke masyarakat melalui media, publisitas diukur 2 Indikator:

- 1) kegiatan sosialmedia
- 2) iklan di *outdoor*.

2. Variable Terikat (Y)

Variabel Terikat atau Keputusan Pembelian (Y) adalah serangkaian proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam rangka memilih suatu barang yaitu air minum merk "SIHA" untuk pemenuhan kebutuhan, dengan indikator sebagai berikut:

- a. Produk yang sesuai harapan.
- b. Kualitas produk.
- c. Kualitas Layanan

3.5. Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dilakukan dengan alat Bantu kuisioner yang di isi oleh masyarakat di Kecamatan Benjeng Kabupaten Gresik. Pengukuran kuisioner dalam penelitian ini menggunakan *skala likert*. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dalam penelitian, fenomena social ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian Sugiono (2013;93). Untuk pengukurannya maka jawaban diberi skor sebagai berikut:

1. Jawaban point STS : “Sangat Tidak Setuju” dengan skor 1
2. Jawaban point TS : “Tidak Setuju” dengan skor 2
3. Jawaban point RG : “Ragu-ragu” dengan skor 3
4. Jawaban point S : “Setuju” dengan skor 4
5. Jawaban point SS : “Sangat Setuju” dengan skor 5

3.6. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian, berdasarkan sumber dan bagaimana cara mendapatkannya. data dari penelitian ini yaitu sumber data primer yang di dapatkan dari konsumen produk “SIHA” kecamatan Benjeng melalui jawaban dari para responden.

3.7. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara mengumpulkan data-data dari hasil kuisisioner yang berkaitan dalam penelitian.

3.8. Pengujian Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini memakai alat bantu kuisisioner dalam pengumpulan data primer, sebelum kuisisioner tersebut digunakan dalam analisis selanjutnya, kuisisioner ini terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan program SPSS (*Social Product of Social Science*). Untuk menguji kuisisioner tersebut penulis memakai uji sebagai berikut:

3.8.1. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dan hasil pengukuran dapat diandalkan dan dipercaya. Reliabilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2013;121).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan kriteria bahwa variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $r_{Alpha} > r_{Tabel}$ (Nunnally dalam Ghazali, 2013;48).

3.8.2. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013;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 nilai r tabel. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2013;53).

3.9. Teknik Analisis Data

3.9.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier Berganda dimaksud untuk menganalisis pengaruh dari variabel harga (X_1), promosi penjualan (X_2), dan publisitas (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan persamaan berikut :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Keputusan Pembelian
X_1	= Harga
X_2	= Promosi Penjualan
X_3	= Publisitas
a	= Konstanta
b_1, b_2, b_3, b_4	= Koefisien Regresi
ε	= Error

3.10. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan secara bersama dengan proses uji regresi. Model linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi klasik statistik yang meliputi sebagai berikut :

3.10.1. Uji Normalitas

Cara yang sering digunakan dalam menentukan apakah suatu model berdistribusi normal atau tidak, hanya dengan melihat pada histogram residual apakah memiliki bentuk gambar lonceng pada histogram atau dengan melihat apakah penyebaran data membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Cara ini menjadi fatal karena pengambilan keputusan menjadi subjektif. Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$ maka asumsi normalitas terpenuhi (Nurjannah 2008;9).

3.10.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independent. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent (Ghozali, 2013:105). Uji multikolineritas 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).

3.10.3. Uji Heteroskedastisitas

Penyimpangan asumsi model klasik yang lain adalah adanya heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu dalam persamaan regresi mempunyai varian yang sama atau tidak. Hasan dalam Meka (2011;73) menyatakan bahwa untuk mengetahui terjadinya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji koefisien korelasi Spearman dengan ketentuan jika signifikansi $< 0,05$ maka terdapat heteroskedastisitas dalam regresi dan jika signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat heteroskedastisitas dalam regresi.

3.11. Pengujian Hipotesis

3.11.1. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali 2013;98). Pengujian hipotesis diajukan, maka digunakan statistik uji t.

1. Merumuskan hipotesis statistik yang akan diuji:

$H_0 : b_1 = 0$ Artinya Harga tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

$H_a : b_1 \neq 0$ Artinya Harga ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

$H_0 : b_2 = 0$ Artinya Promosi Penjualan tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

$H_a : b_2 \neq 0$ Artinya Promosi Penjualan ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

$H_0 : b_3 = 0$ Artinya Publisitas tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

$H_a : b_3 \neq 0$ Artinya Publisitas ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

2. Menentukan kriteria pengambilan keputusan:

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< \alpha 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh Harga, Promosi Penjualan, dan Publisitas terhadap Keputusan Pembelian.
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> \alpha 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh nyata antara Harga, Promosi Penjualan, dan Publisitas terhadap Keputusan Pembelian.

3.12. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013;97) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crossection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara

masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.