

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang dipakai adalah dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (14;2015), yaitu metode penelitian yang berlandaskan terhadap filsafat positivism, digunakan dalam meneliti terhadap sample dan populasi penelitian, teknik pengambilan sample umumnya dilakukan dengan acak atau random sampling, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan memanfaatkan instrument penelitian yang dipakai, analisis data yang digunakan bersifat kuantitatif atau bisa diukur dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan sebelumnya.

Berdasarkan tujuannya, penelitian kuantitatif ini termasuk metode asosiatif. Metode asosiatif merupakan metode yang bermaksud untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengaruh antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Menurut Sugiyono (2012;11) menyatakan bahwa pengertian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah pabrik AMDK K3PG, yang terletak di JL. Kayu Raya Perumahan Pongangan Indah, Manyar, Gresik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Arikunto (2013;173) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Jadi yang dimaksud populasi adalah individu yang memiliki sifat yang sama walaupun prosentase kesamaan itu sedikit, atau dengan kata lain seluruh individu yang akan dijadikan sebagai obyek penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono (2015;92) populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi yang ada di penelitian ini adalah konsumen produk air-K kemasan cup pabrik AMDK K3PG. Pada penelitian ini tidak diketahui jumlah populasinya.

3.3.2 Sampel

Arikunto (2013;174) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Menurut Sugiyono (2013;118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan menurut Ghazali (2016:133) sampel adalah bagian dari populasi atau elemen dari populasi yang akan membentuk sampel. Pada penelitian ini, obyek yang akan diteliti yaitu konsumen air-K kemasan cup AMDK K3PG. Sampel penelitian ini yaitu sebagian dari konsumen air-K kemasan cup AMDK K3PG. Karena, populasinya tidak dapat diketahui atau jenis penelitian *multivariate* penentuan jumlah sampel minimal dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= (25 \times \text{Variabel Independen}) \\ &= (25 \times 5) \\ &= 125 \text{ sampel}\end{aligned}$$

Jadi, dari perhitungan tersebut ditentukan 125 responden sebagai sampel penelitian.

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik non probability sampling atau tidak acak yaitu sampling aksidental. Sugiyono (2001;60) menyatakan bahwa sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang berasal dari sumber asli ataupun pertama.

3.4.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang diperoleh berasal dari penyebaran kuesioner kepada konsumen air-K kemasan cup AMDK K3PG.

3.5 Teknik Pengambilan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan penulis yaitu dengan menyebarkan kuesioner. Sugiyono (2017;14) menyatakan bahwa

kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

3.6 Definisi Operasional dan Identifikasi Variabel

3.6.1 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang diteliti, yaitu Iklan (X1), *Personal Selling* (X2), *Public Relation* (X3), *Special Price* (X4), *Direct Marketing* (X5) dan Keputusan Pembelian (Y). Dimana indikator-indikator dalam setiap variabel akan diukur dengan skala *likert*.

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1	Iklan (X1)	Iklan merupakan penyampaian informasi produk "Air-K".	a. <i>Attention</i> b. <i>Interest</i> c. <i>Desire</i> d. <i>Action</i>	Skala Likert
2	<i>Personal Selling</i> (X2)	<i>Personal Selling</i> merupakan performa wiraniaga dalam melakukan kegiatan penjualan produk "Air-K".	e. Penampilan f. Kemampuan menguasai informasi g. Kemampuan menjelaskan produk kepada konsumen h. Kemampuan mengidentifikasi konsumen.	Skala Likert
3	<i>Public Relation</i> (X3)	<i>Public Relation</i> merupakan informasi perusahaan untuk konsumen "Air-K".	a. Publikasi b. Events c. Berita d. Kegiatan Sosial e. Media Identitas f. Website Perusahaan	Skala Likert
4	<i>Special Price</i> (X4)	<i>Special Price</i> merupakan pernyataan responden mengenai harga khusus yang diberikan pada produk "Air-K".	a. Memberikan voucher, kupon, dan diskon kepada konsumennya. b. Dapat memberikan efek pembelian ulang kepada konsumen.	Skala Likert

			b. Meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk.	
5	<i>Direct Marketing</i> (X5)	<i>Direct Marketing</i> merupakan pernyataan konsumen mengenai cara penjualan yang dilakukan oleh produk "Air-K"	a. Website b. Kemudahan transportasi dan komunikasi	Skala Likert
6	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan alasan responden melakukan pembelian produk "Air-K" kemasan cup.	a. Kemantapan pada sebuah produk b. Kebiasaan dalam membeli produk c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain d. Melakukan pembelian ulang.	Skala Likert

3.6.2 Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini digunakan dua variabel yaitu variabel *dependent* atau variabel terikat dan variabel *independent* atau variabel bebas. Menurut Sugiyono (2016;39) variabel *Independent* atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat). Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas (X) adalah *personal selling*, dan *special price*.

- a. Iklan (X1)
- b. *Personal Selling* (X2)
- c. *Public Relation* (X3)
- d. *Special Price* (X4)
- e. *Direct Marketing* (X5)

Menurut Sugiyono (2016;39) Variabel *Dependen* atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya

variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel *dependen* yang akan diteliti adalah keputusan pembelian produk air-K kemasan cup pabrik AMDK K3PG.

3.7 Pengukuran Data

Dalam penelitian ini, pengukuran data dengan menggunakan skala likert. Setiap pilihan jawaban pada kuesioner akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (*item positive*) atau tidak mendukung pernyataan (*item negative*).

3.8 Uji Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2015: 172) validitas merupakan instrument yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali 2018:51). Hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terdapat pada objek yang diteliti. Instrument yang valid menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sample dan alpha 0,05. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif maka butir atau pertanyaan atau indicator tersebut dikatakan valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45) Uji Reliabilitas atau uji kehandalan adalah 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. Oleh karena itu, kita perlu menilai seberapa jah “goodness” pengukur yang dikembangkan. Jadi kita perlu memastikan bahwa instrument yang akan mengukur variabel apa yang hendak kita ukur dan mengukurnya secara akurat.

Menurut Sugiyono (2015:172) reliabilitas adalah apabila terdapat kesamaan instrument yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama dalam waktu yang berbeda akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur kolerasi antar jawaban pertanyaan. Untuk mengukur reliabilitas dapat menggunakan bantuan program SPSS dengan uji statistic *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ (Ghozali, 2018:46).

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum mengetahui hasil analisis penelitian, maka perlu menganalisis apakah regresi linier berganda cukup handal dan kuat digunakan untuk memprediksi, untuk itu perlu dilakukan uji asumsi klasik. Dimana uji asumsi klasik terdapat beberapa asumsi untuk menghasilkan keputusan, diantara lain yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel residual memiliki distribusi normal. Uji t mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik atau uji statistik (Ghozali,2007).

Uji statistic yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistic non-parametik *Kolmogrov Smirnov* (K-S). Ketentuan pada uji statistik ini yaitu:

- a) Nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal.
- b) Nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka data terdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi linier berganda perlu diuji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2011:112). Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam melakukan uji heteroskedastisitas ini dengan menggunakan uji Glejser. Uji ini dilakukan dengan meregresikan antara variabel independen dengan absolute residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen

dengan absolute residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas, model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Dimana ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 menunjukkan adanya multikolinearitas. Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau sama dengan VIF ≤ 10 menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas.

3.9 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variabel bebas yang akan mempengaruhi variabel terikat. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan : Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta atau intersep

$b_1 b_2$ = Angka arah atau koefisien regresi parsial

X_1	= Iklan
X_2	= <i>Personal Selling</i>
X_3	= <i>Public Relations</i>
X_4	= <i>Special Price</i>
X_5	= <i>Direct Marketing</i>
e	= <i>Standar error</i> atau koefisien pengganggu

3.10 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan menjelaskan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1 ($0 < R < 1$), dimana semakin tinggi nilai R suatu regresi atau semakin mendekati 1, maka akan semakin tepat suatu garis regresi dan untuk mengukur sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1 Uji Parsial (t)

Uji statistic t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013:98). Dalam uji t untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5%.

1. Bila signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Bila signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.