

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Jenis pendekatan penelitian dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang bersifat asosiatif. Menurut Sugiyono (2017:13) menjelaskan bahwa metode kuantitatif juga dianggap metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivisme karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis.

3.2 Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Boteng RT 09 RW 04 Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik. Subyek yang diteliti adalah pembeli pada UD 789 tahun 2018.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:117) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli akhir atau *end user* pada UD 789 Tahun 2018 yang berjumlah 45 orang.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:118) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel pada penelitian ini adalah pembeli

pada UD.789 2018. Untuk menentukan jumlah sampel peneliti mengambil seluruh dari total populasi yaitu berjumlah 45 orang pembeli akhir atau *end user*.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh atau sensus. Menurut Sugiyono(2013:85) sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini dilakukan karena populasi terlalu kecil dan peneliti ingin membuat generalisasi dengan taraf kesalahan yang kecil.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dan konstrak dengan cara melihat pada dimensi tingkah laku atau properti yang ditunjukkan oleh konsep dan mengkategorikan hal tersebut menjadi elemen yang dapat diamati dan diukur.

Berikut definisi operasional variabel dalam penelitian ini :

1. Harga

Pernyataan responden secara langsung mengenai Harga di UD 789. Dilihat dari harga yang dapat diajangkau oleh semua kalangan dan harga sesuai kualitas yang dapat dirasakan konsumen.

2. Promosi

Pernyataan responden mengenai promosi dapat dilihat dari periklanan, penjualan perseorangan, hubungan masyarakat yang dilakukan oleh UD 789.

3. Saluran Distribusi

Pernyataan responden mengenai saluran distribusi di UD 789 dapat dilihat melalui ketersediaan barang, kecepatan dalam pengiriman dan juga kemudahan dalam memperoleh produk.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

| Variabel | Indikator | Penjelasan indicator | Item Pernyataan |
|--------------|--|--|---|
| Harga (X1) | Tarif | Ketetapan harga yang ditawarkan kepada konsumen lebih murah daripada yang lain. | Produsen menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan yang lain |
| | Daya saing harga | Ketetapan harga yang ditawarkan kepada konsumen yang dapat bersaing dengan harga yang ditawarkan oleh pesaing lainnya. | Harga mampu bersaing dengan produk lain dan sesuai dengan kemampuan konsumen |
| | Harga sangat terjangkau untuk semua kalangan | Harga untuk produk tergolong harga yang terjangkau sehingga kosumen menengah kebawah dapat membeli | Keterjangkauan harga mempengaruhi saya untuk melakukan pembelian |
| | Harga sesuai dengan kualitas | Harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen setelah melakukan pembelian | Harga sesuai kualitas produk dan sesuai dengan hasil yang diinginkan |
| Promosi (X2) | Periklanan (<i>advertising</i>) | Tanggapan responden tentang iklan yang disampaikan untuk membuat konsumen tertarik membeli | Tampilan iklan yang mudah diingat dalam memperkenalkan produk |
| | Penjualan perseorangan (<i>personal selling</i>) | Tentang penjelasan yang diberikan oleh marketing kepada konsumen untuk melakukan pembelian | Informasi dari penjelasan yang diberikan menarik, jelas dan sesuai dengan kenyataan sehingga saya berminat. |

| | | | |
|-------------------------|--|--|--|
| | Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>) | Tentang promosi penjualan yang dilakukan kepada calon konsumen untuk melakukan pembelian | Potongan harga/diskon yang diberikan membuat saya tertarik |
| | Hubungan masyarakat (<i>public relation</i>) | Usaha yang terencana oleh suatu organisasi untuk mempengaruhi sikap atau golongan | Produsen ampu menjalin hubungan baik dengan masyarakat |
| Saluran distribusi (X3) | Ketersediaan barang | Meliputi banyak barang yang dijual dan ketersediaan barang | Ketersediaan produk mampu memudahkan konsumen dalam pembelian produk |
| | Proses pemesanan | Tingkat kesesuaian produk yang dipesan, tingkat ketepatan waktu | Proses pemesanan produk lebih mudah dan terjamin |
| | Kecepatan dalam pengiriman | Tingkat kecepatan proses pengiriman produk kepada calon konsumen | Melakukan proses pengiriman dengan cepat dan terjamin |
| | Kemudahan dalam memperoleh produk | Meliputi Informasi produk dan tingkat keramahan penyampain produk | Posisi penjualan mudah dijangkau oleh konsumen dan ketersediaan produk mampu memudahkan konsumen dalam memperoleh produk |
| Keputusan pembelian (Y) | Pengenalan masalah | Pemahaman konsumen mengenai kebutuhan akan rotan | Saya akan membeli produk tersebut karena adanya kebutuhan |
| | Pencarian informasi | Banyaknya informasi yang diketahui mengenai rotan | Saya mencari informasi produk tersebut sebelum melakukan pembelian |

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017;60) menyatakan variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut , kemudian ditarik kesimpulannya.

3.5.1 Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2017;61) menyatakan variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang terjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Jadi variabel ini sifatnya menerangkan dan mempengaruhi variabel lain yang tidak bebas. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu:

1. Harga (X1)
2. Promosi (X2)
3. Saluran Distribusi (X3)

3.5.2 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2017:61) menyatakan bahwa variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen (variabel terikat) yang akan diteliti adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.6 Jenis Dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni Data Primer. Data Primer menurut Sugiyono (2017;193) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan data sesuai tata cara penelitian sehingga diperoleh data yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yakni melalui metode Kuisisioner.

1. Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2017;199) mengemukakan bahwa kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Teknik ini digunakan oleh penulis untuk dapat mengungkapkan data dari variabel X dan Y yaitu Harga, Promosi, Saluran Distribusi dan Keputusan Pembelian.

3.8 Teknik Pengukuran Data

Teknik Pengukuran data dalam penelitian ini yakni menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2017;134) mengemukakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau fenomena sosial. Alternatif jawaban dalam skala likert yang digunakan diberi skor sebagai berikut.

Tabel 3.2
Skala Likert

| Tipe | Skor |
|---|------|
| Sangat setuju/ sangat positif | 5 |
| Setuju/sering/positif | 4 |
| Ragu-ragu/kadang-kadang/netral | 3 |
| Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative | 2 |
| Sangat tidak setuju/tidak pernah | 1 |

Sumber: Sugiyono (2016;136)

3.9 Uji Instrumen

3.9.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan dikatakan valid (Ghozali, 2013;53). r tabel didapat dari taraf signifikansi (α) sebesar 5% dengan *degree of freedom* (df)/ derajat bebas menggunakan rumus:

$$df = n - 2$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

2 = *two tail test*

3.9.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:173) mengatakan Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner dapat diandalkan, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Untuk melihat handal tidaknya item pernyataan pada kuesioner maka perlu diolah menggunakan bantuan aplikasi SPSS dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60 (Ghozali, 2016;47).

3.10 Uji Asumsi Klasik

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Apabila nilai residual tidak mengikuti distribusi normal maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil menurut Ghazali (2016;154). Dasar pengambilan untuk uji normalitas data dalam penelitian ini yakni dengan Uji normalitas non-parametrik Kolmogorov - Smirov (K-S) merupakan salah satu cara untuk menguji normalitas residual. Uji (K-S) dilakukan dengan membuat hipotesis :

H₀: Jika nilai signifikansi $> 0,05$ data residual berdistribusi normal.

H_A: Jika nilai signifikansi $< 0,05$ data residual berdistribusi tidak normal.

3.10.2 Uji Multikolinieritas

Jika pada model persamaan regresi mengandung gejala multikolinieritas, berarti terjadi korelasi (mendekati sempurna) antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah sebagai berikut mempunyai nilai *tolerance* kurang dari 0,10 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih dari 10. (Ghozali, 2016;104).

3.10.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2016;134) uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dan *residual* dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan

jika *variance* berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk melihat adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik. Uji statistik yang dipilih adalah uji glejser, yang meliputi :

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

3.11 Teknik Analisis Data

3.11.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Setelah data terkumpul, selanjutnya data yang telah terkumpul tersebut dianalisis menggunakan teknik pengolahan data. Analisis yang dijabarkan dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang tercantum dalam identifikasi masalah.

Menurut Sugiyono (2017;207) mengatakan analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mantabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah dilakukan.

Dalam melakukan analisis data, diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya sehingga nantinya dapat dipergunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis. Analisis data merupakan proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca, dipahami dan diinterpretasikan. Analisis

data yang dilakukan oleh peneliti dilakukan dengan bantuan program SPSS sebagai alat untuk meregresikan model yang telah dirumuskan.

Rumus regresi berganda sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X_1 = Harga

X_2 = Promosi

X_3 = Saluran Distribusi

a = Konstanta

$b_1; b_2; b_3$ = Koefisien Regresi

e = error

3.11.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013;97) Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk menguji antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama. Pada intinya koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur variabel independen. Nilai R yaitu antara nol dan satu. Nilai R yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat kecil. Secara umum koefisien untuk data silang mempunyai nilai determinasi yang rendah berbeda dengan nilai r data rentan waktu memiliki koefisien determinasi tinggi. Untuk nilai R yang mendekati satu dapat diartikan bahwa variabel independen tersebut mampu menjelaskan arti dari semua variabel yang dibutuhkan variabel dependen.

Penggunaan nilai Adjust (R^2) sangat dianjurkan dalam penelitian saat ini dimana untuk menghasilkan evaluasi terbaik dari regresi. Kelebihan dari Adjust

(R^2) yaitu dimana nilai determinasi akan naik dan turun apabila variabel independen ditambahkan kedalam model regresi.

3.12 Uji Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini yakni ada pengaruh Harga, Promosi, Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian di UD 789. Sebelum dilakukan pengujian maka terlebih dahulu harus memperhatikan suatu taraf signifikansi yaitu:

1. Menentukan Taraf Signifikansi

Taraf Signifikansi yang dipilih dan ditetapkan dalam penelitian ini yakni 0,05 ($\alpha = 0,05$) dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%, angka ini dipilih karena dapat mewakili hubungan variabel yang diteliti dengan rumus:

$$Df = n - 2$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

2= Two Tail Test

2. Tingkat Signifikansi

- a. Jika taraf signifikansinya $< (\alpha = 0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a di terima artinya secara parsial ada pengaruh antara variabel Harga (X1), Promosi (X2), dan Saluran Distribusi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- b. jika taraf signifikansinya $> (\alpha = 0,05)$, maka H_0 diterima dan H_a di tolak artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh antara satu variabel Harga (X1), Promosi (X2), dan Saluran Distribusi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).