

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Berdasarkan tujuan dan bentuk kerangka konseptual penelitian, maka strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif, menurut Sugiyono (2016:21) yaitu penelitian asosiatif yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dimana penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan apakah terdapat pengaruh antara masing-masing variabel yaitu bauran promosi (X1), kualitas produk (X2), harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

Menurut Sugiyono (2016:12) penelitian survei yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, untuk menemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel-variabel sosiologis maupun psikologis. Dengan data dari tempat tertentu yang alamiah, tetapi peneliti melakukan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan angket atau kuesioner, observasi, wawancara. Metode survei dipilih sebagai sumber data primer yang diperoleh melalui kuesioner, metode ini fokus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu sehingga memungkinkan peneliti untuk dapat mengerti.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:80). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen klinik ORISKIN Harapan Indah Bekasi yang melakukan pembelian produk

skincare Murad selama 1 tahun (Januari 2018 - Desember 2018) yaitu 3600 konsumen (Murni, accounting supervisor).

3.2.2 Sampel penelitian

Menurut Sugiyono (2016:118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sugiyono (2016:81) Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel populasi yang dilakukan secara acak, tanpa memperhatikan tingkatan yang terdapat dalam populasi tersebut. Menentukan ukuran sampel menurut ketentuan slovin. Dalam menentukan ukuran sampel penelitian, slovin memasukan unsur ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Nilai toleransi ini dinyatakan dalam presentase.

$$\text{Rumus : } n = \frac{N}{1 + (e)^2}$$

Dimana:

n = ukuran Sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi dalam penelitian ini digunakan sebesar 10%

berdasarkan dari rumus tersebut, maka dilakukan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (3600) (0,1)^2}$$

$$n = \frac{3600}{37}$$

$$n = 97,297$$

$$n = 97 \text{ responden}$$

setelah dilakukan perhitungan menggunakan rumus slovin, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 97 responden.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metoda yang digunakan dalam pengumpulan data adalah menggunakan kuesioner atau angket. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016:142).

Adapun langkah-langkah yang ditempuh dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

3.3.1 Studi Kepustakaan (*Library research*)

Dalam studi kepustakaan ini penulis dengan cara mengumpulkan, menggunakan, mempelajari literatur atau bahan bacaan seperti buku, jurnal, referensi bacaan yang relevan, yang berhubungan dengan masalah yang akan di teliti sebagai dasar sumber teori peneliti.

3.3.2 Kuesioner

Pengumpulan data dengan menggunakan angket atau daftar pertanyaan yang terkait dengan permasalahan yang akan di teliti. Pada penelitian ini penulis akan mengelola data dengan cara memberikan penilaian terhadap instrumen atau angket yang di sebarakan kepada responden dengan menggunakan *skala likert*.

Menurut Sugiyono (2016:93), skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah di tetapkan secara khusus oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Tabel 3.1 Skala Likert

Skala	Bobot
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2016:93)

3.4 Jenis Pengumpulan Data

3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung dilapangan (Sugiyono, 2016:225). Jenis data yang di peroleh dari obyek yang kita teliti secara langsung, dengan cara meminta konsumen untuk bisa mengisi kuesioner yang telah disiapkan. Dalam penelitian ini, data primer di dapatkan melalui penyebaran kuesioner dengan skala *likert* kepada 97 responden dari konsumen klinik ORISKIN harapan indah, Bekasi.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya informasi tangan kedua yang sudah dikumpulkan oleh orang lain atau melalui dokumen (Sugiyono, 2016:226). Dalam mendapatkan data sekunder peneliti mempelajari buku-buku serta literatur yang terkait dengan masalah penelitian. Bahkan penulis juga melakukan dapat pengutipan langsung dari teori-teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini, artikel, jurnal peneltian terdahulu, media massa cetak dan dengan informasi lainnya yang berasal dari internet dan *website* yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.5 Uji instrumen

Berdasarkan teori yang didapat maka uji instrumen dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam bentuk tabel dibawah ini:

Tabel 3.1
Uji instrument

Variabel	Indikator	No. instrument
Bauran Promosi (X1)	Periklanan	1
	Penjualan tatap muka	2
		3
	Hubungan masyarakat	4
	Promosi penjualan	5

Sumber : Kotler dan Armstrong (2014: 246)

Variabel	Indikator	No. instrument
Kualitas Produk (X2)	Kinerja	6
	Fitur	7
	Reabilitas	8
	Konformasi	9
	Daya Tahan	10

	Estetika	11
	Persepsi kualitas	12

Sumber : Fandy Tjiptono (2016:134)

Variabel	Indikator	No. instrument
Harga (X3)	Keterjangkauan harga	13
	Daya saing harga	14
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	15
	Kesuaian harga dengan manfaat	16

Sumber : Kotler dan Armstrong (2014:52)

Variabel	Indikator	No. istrument	
Keputusan pembelian (Y)	Pemilihan produk	17	
	Pemilihan merek	18	
	Pemilihan penyaluran		19
			20
			21
			22
			23

	Waktu pembelian	24
	Jumlah pembelian	25
	Metode pembayaran	26

Sumber : Kolter dan Armstong (2016:188)

3.6 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2014:428) bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Dapat diartikan metoda ini menjadikan informasi tersebut, dalam bentuk data-data yang telah didapatkan secara langsung dengan dikumpulkan, lalu diolah untuk dianalisis terlebih dahulu kemudian dapat dijadikan dasar dalam pembuatan penelitian. Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono 2016:147). Dalam penelitian ini peneliti akan membahas mengenai pernyataan dalam bentuk sebaran jawaban responden setuju atau tidak setujunya, terhadap seluruh pernyataan variabel yang diteliti.

3.6.2 Analisis Kuantitatif

Metode analisis kuantitatif adalah sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji

hipotesis yang ditetapkan (Sugiyono, 2016:8). Kuantitatif dalam penelitian ini yaitu mengolah data dengan menggunakan SPSS yang tujuannya untuk memudahkan menganalisis data yang telah diklasifikasi dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu. SPSS Versi 25.0 adalah suatu *software* yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan basis windows (Ghozali, 2016:15).

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016:52) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas dalam penelitian ini, ingin mengukur apakah pertanyaan yang ada dalam kuesioner sudah dapat mengukur apa yang ingin diteliti oleh peneliti. Adapun kriteria penilaian uji validitas adalah apabila r hitung $>$ r kritis (0,3), maka dapat dikatakan item pada kuesioner tersebut valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016:47) Uji reliabilitas adalah alat uji untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban dari seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini cara yang digunakan penulis untuk menguji reliabilitas kuesioner adalah dengan menggunakan uji statistik *koefisien Cronbach Alpha*. Menurut Nunnally dalam Ghazali (2016:48) suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *koefisien Cronbach Alpha* $>$ 0,6.

3.8 Metode Analisis

3.8.1 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen* (Ghozali, 2016:95). Dimana nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependen* (Ghozali, 2016:95).

Karena banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi model regresi yang terbaik karena *adjusted* R^2 dapat naik turun apabila satu variabel *independen* ditambahkan ke dalam satu model (Ghozali, 2016:95). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan nilai *adjusted* R^2 agar tidak terjadi bias dalam mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi *variable dependen*.

Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd : Koefisien determinasi atau seberapa jauh perubahan variabel terkait (Minat Pemanfaatan Sistem Informasi)

R : Korelasi *product moment*

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

- a. Jika Kd mendekati nol (0), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependen* lemah.
- b. Jika Kd mendekati satu (1), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependen* kuat.

3.8.2 Koefisien Determinasi Parsial

Merupakan metode yang digunakan mengetahui besarnya prosentase variabel bebas terhadap variabel terikat yang dinyatakan oleh koefisien determinasi parsial (r^2) yang berarti variabel mana hitungan yang berpengaruh dominan (Djarwanto, 2017:202) semakin r^2 berarti semakin tepat persamaan perkiraan regresi linear tersebut dipakai sebagai alat prediksi, karena variasi perubahan variabel terikat dapat dijelaskan oleh perubahan variabel bebas. Apabila nilai r^2 semakin dekat dengan satu, maka perhitungan yang dilakukan sudah dianggap cukup kuat dalam menjelaskan variabel bebas dengan variabel terikat. Perhitungan koefisien determinasi parsial (r^2) dengan menggunakan program SPSS versi 25.

(1) Determinasi parsial X1 terhadap Y (X2 dan X3 konstan)

$$KD1.23 = rY1.232 \times 100\%$$

(2) Determinasi parsial X2 terhadap Y (X1 dan X3 konstan)

$$KD2.13 = rY2.132 \times 100\%$$

(3) Determinasi parsial X3 terhadap Y (X1 dan X3 konstan)

$$KD3.12 = rY3.122 \times 100\%$$

(4) Determinasi berganda antara X1, X2, dan X3 terhadap Y

$$KD11.2.3 = rY123^2 \times 100\%$$

3.8.3 Koefisien Determinasi Berganda

Pengujian secara simultan (berganda) dimaksudkan untuk melihat pengaruh dari bauran promosi (X1), kualitas produk (X2) serta persepsi harga (X3) terhadap kepuasan pengguna (Y).

$$KD1.2.3 = rY1232 \times 100\%$$

Keterangan :

X1 = Bauran Promosi

X2 = Kualitas Produk

X3 = Persepsi Harga

Y = Keputusan Pembelian

$rY1.23$ = Korelasi parsial antara X1 dengan Y (X2 dan X3 konstan)

$r_{Y2.13}$ = Korelasi parsial antara X2 dengan Y (X1 dan X3 konstan)

$r_{Y3.12}$ = Korelasi parsial antara X3 dengan Y (X1 dan X2 konstan)

r_{Y123} = Korelasi berganda antara X1, X2, X3 dengan Y.

3.9 Pengujian Hipotesis

3.9.1. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya membuktikan ada tidaknya pengaruh satu variabel bebas (*independen*) secara individual dalam menerangkan variabel terikat (*dependen*).

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah, yaitu dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut Jika t hitung $>$ t tabel, berarti ada pengaruh yang signifikan antara masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016:97). Pengujian parsial :

- a. $H_0 : \rho_{1\rho_1} = 0$ Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran promosi terhadap keputusan pembelian.
 $H_1 : \rho_{1\rho_1} \neq 0$ Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran promosi terhadap keputusan pembelian.
- b. $H_0 : \rho_{1\rho_2} = 0$ Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
 $H_1 : \rho_{1\rho_2} \neq 0$ Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
- c. $H_0 : \rho_{1\rho_3} = 0$ Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian.
 $H_1 : \rho_{1\rho_3} \neq 0$ Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian.

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel bebas pada perubahan variabel terikat secara parsial, dilihat dari *significance t* dibandingkan dengan tarif nyata α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria :

Jika signifikan $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jika signifikan $t \geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F yaitu ketetapan fungsi regresi sampel dalam memperkirakan nilai aktual. Menurut Ghozali (2016:96) uji statistik F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria dalam pengambilan keputusan dalam pengujian yang menggunakan ρ value atau F hitung Menurut Ghozali (2016:99) adalah jika ρ value $< 0,05$ atau F hitung \geq F tabel maka H_a diterima. Sebaliknya, jika ρ value $\geq 0,05$ atau F hitung $<$ F tabel maka H_a ditolak.

H_0 : $\rho_{123} = 0$ (variabel bauran promosi, kualitas produk dan harga tidak signifikan terhadap keputusan pembelian)

H_a : $\rho_{123} \neq 0$ (variabel bauran promosi, kualitas produk dan harga signifikan terhadap keputusan pembelian)

Untuk menguji pengaruh secara simultan, dilihat dari *significance* F dibandingkan dengan taraf nyata atau α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria :

- (a) Jika signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- (b) Jika signifikan $F \geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Nilai Koefisien Determinasi dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh perubahan variabel bebas tertentu terhadap variabel terikat apabila hasil pengujian hipotesis, baik secara parsial maupun simultan, H_0 ditolak (variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat).