

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:2), metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode Penelitian berhubungan erat dengan procedure, teknik, alat serta desain penelitian yang digunakan. Desain penelitian harus cocok dengan pendekatan penelitian yang dipilih. Prosedur, teknik, serta alat yang digunakan dalam penelitian harus cocok pula dengan metode penelitian yang ditetapkan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian jenis kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:17) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Salah satu tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk menentukan hubungan antar variabel dalam sebuah populasi. Desain penelitian kuantitatif ada dua macam yaitu deskriptif dan eksperimental. Studi kuantitatif deskriptif melakukan pengukuran hanya sekali. Artinya relasi antar variabel yang diselidiki hanya berlangsung sekali. Sedangkan studi eksperimental melakukan pengukuran antar variabel pada sebelum dan sesudahnya untuk melihat hubungan sebab-akibat dari fenomena yang diteliti.

Peneliti menggunakan penelitian kuantitatif untuk menganalisa data secara deskriptif menggunakan metode analisis deskriptif, yaitu data yang diperoleh, disusun secara sistematis kemudian dianalisis berdasarkan kajian teori untuk mendapatkan deskriptif tentang pengaruh harga, promosi dan tempat terhadap keputusan pembelian sepatu merk prettyfit pada PT. Christoper Adidaya Rekananda kemudian menguji data dalam bentuk kuesioner berdasarkan skala likert dengan metode analisis regresi linier berganda. Sehingga berdasarkan argumen tersebut peneliti menggunakan pendekatan

kuantitatif. Karena menggunakan pendekatan kuantitatif, peneliti berusaha menguji penelitian ini secara ilmiah dan empirik serta beracuan pada kaidah-kaidah penelitian agar hasil dari penelitian yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen wanita berusia 18 – 50 tahun, yang ada di Jakarta Timur khususnya yang tinggal di daerah Kelapa Gading, Rawamangun, Jatinegara dan Buaran. Berpendidikan SMA – Sarjana, sudah pernah bekerja dan memiliki gaji/pendapatan tetap setiap bulan.

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang menggunakan kriteria tertentu. Sugiyono (2019:133) mengemukakan bahwa teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Adapun pertimbangan yang ditentukan untuk pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

- 1) Perempuan dewasa berusia >18 tahun dan dibawah 50 tahun.
- 2) Sudah bekerja.

Dikarenakan jumlah populasi sasaran tidak diketahui secara pasti, dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui maka menurut Rao dalam skripsi Martanti digunakan rumus:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04} = 96,04 = 96 \text{ orang}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95% = 1.96

Moe = Margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, biasanya 5%

Dari perhitungan diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 orang.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Data Penelitian

Data penelitian berdasarkan sumber dibagi menjadi data primer dan data sekunder :

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2019) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh berdasarkan jawaban kuesioner yang dibagikan kepada seluruh responden.

Menurut Sugiyono (2019:199), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah data persepsi konsumen berdasarkan hasil kuesioner. Penyebaran kuesioner akan dilakukan secara online melalui media elektronik yaitu Google Form dengan membagikan pertanyaan tertulis kepada responden. Kuesioner yang peneliti gunakan bersifat tertutup yaitu pertanyaan atau pernyataan yang tidak memberikan kebebasan dalam menjawab karena alternative jawaban

sudah disediakan oleh peneliti. Pedoman kuesioner yang disusun dengan jumlah variabel dalam penelitian, yaitu:

X_1 : Kualitas Produk

X_2 : Harga

X_3 : Tempat

Y : Keputusan Pembelian

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2019) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data gambaran umum perusahaan dan data penjualan penjualan tahun 2017 - 2021.

3.3.2. Metode Pengumpulan Data

Tujuan dari penelitian adalah untuk memperoleh data maka metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling vital dalam suatu penelitian. Peneliti yang melakukan penelitian tidak akan mendapatkan data yang diinginkan jika tidak mengetahui metode dalam pengumpulan data.

Menurut Sugiyono (2019) pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari settingnya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah, pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan dan lain-lain. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), wawancara (interview), kuisisioner (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya.

Dalam usaha untuk mendapatkan data yang dibutuhkan metode yang digunakan adalah:

1. Kuesioner (daftar pertanyaan)

Metode ini dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan yang bersifat tertutup kepada responden. Pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tertutup diukur dengan menggunakan skala dengan interval 1-5, yaitu sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Serta menggunakan Skala Pengukuran, Menurut Sugiyono (2019) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Penulis dalam melakukan skala pengukuran kuesioner yaitu menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2019) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. 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. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Tabel 3.1 Penilaian Skala Likert

No	Pertanyaan	Kode	Bobot Nilai
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Ragu-Ragu	RG	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	ST	5

Sumber: Sugiyono (2019:165)

2. Observasi

Observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian yaitu pada sepatu merk PrettyFit.

3. Studi pustaka

Metode pencarian informasi dari buku-buku dan sumber-sumber lain yang relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini yaitu pengaruh harga, promosi dan tempat terhadap keputusan pembelian.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini memiliki variable dependen dan independen. Variabel indidependen menurut Sugiyono (2019:69) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun variabel yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Indipenden (variabel bebas) :

1) Harga (X_1)

Menurut Kotler dan Armstrong (2018) dalam arti sempit harga (price) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga dalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

2) Promosi (X_2)

Menurut Kotler dan Keller (2016: 47), promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

3) Tempat (X_3)

Menurut Kasmir (2017:140), lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barangbarang dagangannya.

2. Variabel Dependen (variabel terikat) : Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler dan Keller (2016:194) menyatakan keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan,

dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Variabel penelitian memiliki beberapa indikator dan masing-masing memiliki sub indikator. Sub indikator tersebut akan dijadikan sebagai dasar untuk penyusunan kuesioner.

Adapun operasional variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Operasional Variabel

(Hal 1 dari 2)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Pernyataan
Harga (X_1) Kotler dan Armstrong	Keterjangkauan Harga	Terjangkau	1
		Kemampuan Konsumen	2
	Kesesuaian Harga dengan kualitas	Bervariasi	3
		Sesuai Kualitas	4
	Kesesuain Harga dengan Manfaat	Bermanfaat	5
		Sesuai Dengan Manfaat	6
	Daya saing harga	Bersaing	7
		Dapat Dibandingkan	8
Promosi (X_2) Kotler dan Keller	Pesan Promosi	Kemudahan Informasi	9
		Isi Pesan Promosi	10
		Media Promosi	11
		Offline	12
	Waktu Promosi	Ada Jangka Waktu Promosi	13
		Lama Waktu Promosi	14

**Tabel 3.2 Operasional Variabel
(Hal 2 dari 2)**

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Pernyataan
Tempat (X_3) Tjiptono	Akses	Alat Transportasi	15
		Kemudahan Akses	16
	Visibilitas	Dapat Dilihat	17
		Mudah Ditemukan	18
	Lalu lintas (Traffic)	Tingkat Kemacetan	19
		Tingkat Keramaian Konsumen	20
Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Keller	Sesuai Kebutuhan	Produk Sesuai Kebutuhan	21
		Kemudahan Mendapatkan Produk	22
	Mempunyai Manfaat	Manfaat Produk	23
		Sesuai Harapan	24
	Ketepatan dalam membeli produk	Kualitas Produk	25
		Sesuai Yang Diinginkan	26
	Pembelian Berulang	Tingkat Kepuasan	27
		Pembelian Selanjutnya	28

3.5 Metoda Analisis Data

Analisis data menurut Sugiyono (2019:482) 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 dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.5.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019) analisis deskriptif yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis ini digunakan untuk mengetahui jumlah responden yang akan dibagi sesuai karakteristik yang telah ditentukan yaitu pertama perempuan dari kalangan remaja sampai lansia dan karakteristik kedua yaitu pendapatan menengah keatas.

3.5.2 Uji Kualitas Data

3.5.2.1 Uji Validitas Data

Menurut Sugiyono (2019), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas merupakan suatu instrumen yang digunakan untuk mengukur suatu data yang telah didapatkan benar-benar data yang valid atau tepat. Metode yang sering digunakan untuk memberikan penilaian terhadap validitas kuesioner adalah korelasi produk momen (moment product correlation, pearson correlation) antara skor setiap butir pertanyaan dengan skor total, sehingga sering disebut sebagai inter item-total correlation.

Kuesioner dikatakan valid ketika nilai r hitung $>$ r tabel sedangkan ketika nilai r hitung $<$ r tabel maka dapat diambil kesimpulan bahwa kuesioner dinyatakan tidak valid. Adapun rumus yang digunakan kuesioner adalah sebagai berikut:

$$r \text{ hitung} = \frac{n (\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2] [n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

R_{xy} : koefisien korelasi variabel x dan y

N : banyaknya subjek uji coba

$\sum Y$: jumlah skor total

$\sum X$: jumlah skor tiap item

$\sum X^2$: jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$: jumlah kuadrat skor total

$\sum XY$: jumlah perkalian skor item dengan skor total

r tabel merupakan tabel angka yang digunakan untuk menguji hasil uji validitas suatu instrumen penelitian dengan menggunakan product moment pearson. Patokan rumus untuk membaca dan menentukan nilai r pada suatu tabel yaitu: $df = n - 2$. Namun sebelumnya harus menentukan terlebih dahulu pada taraf signifikan berapakah % nilai r yang akan dicari.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.

Tinggi rendahnya reliabilitas dinyatakan oleh suatu nilai yang disebut koefisien reliabilitas, berkisaran antara 0-1. Koefisien reliabilitas dilambangkan r_x dengan x adalah adalah index kasus yang dicari. Pengujian reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach's.

$$r_x = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliable

- b. Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliable
- c. Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliable
- d. Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliable
- e. Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliable

3.5.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2012: 97) koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) dari perhitungan hasil regresi linear berganda menunjukkan seberapa variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya. Analisis untuk mengetahui seberapa besar berpengaruhnya variabel independen terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) yang kemudian dinyatakan dengan R^2 .

Sedangkan r^2 untuk menyatakan koefisien determinasi parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi adalah 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati 0, maka semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen. Artinya semakin kecil kemampuan model dalam menjelaskan perubahan nilai variabel independen. Rumus uji koefisiensi determinasi sebagai berikut:

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

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

R = koefisien korelasi

Selanjutnya untuk menganalisis data penelitian mulai uji validitas dan reliabilitas instrumen sampai dengan analisis uji koefisien determinasi maka peneliti menggunakan software pengolahan data dengan aplikasi SPSS 23.0

3.5.4 Uji Hipotesis

3.5.4.1 Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidak perbedaan yang meyakinkan dari dua mean sampel. Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Apabila t hitung masing-masing variabel bebas lebih besar dari t tabel maka variabel bebas tersebut secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Berikut ini prosedurnya:

H_0 : Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_1 : Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusannya yaitu:

- 1) Jika signifikan nilai $t > 0,05$ maka tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya terima H_0 dan tolak H_1 .
- 2) Jika signifikan $t < 0,05$ maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya terima H_1 dan tolak H_0 .

Rumus :

$$t = \frac{X_1 - X_2}{s \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

Keterangan:

X_1 = Nilai rata-rata pada kumpulan data pertama

X_2 = Nilai rata-rata dari kumpulan data kedua

n_1 = Jumlah ulangan atau data pada kumpulan data pertama

n_2 = Jumlah ulangan atau data pada kumpulan data kedua

S = Standar deviasi atau Variansi

Untuk menghitung S :

$$S = \sqrt{\frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_1^2}{n_1 + n_2 - 2}}$$

3.5.4.2 Uji Secara Simultan (Uji F)

Menurut Sugiyono (2019), Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan. Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H_0 : Artinya secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_1 : Artinya secara simultan ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Adapun dasar keputusannya sebagai berikut:

H_0 diterima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5%

H_1 diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5%

Rumus :
$$F = \frac{R^2/(n-1)}{(1-R^2)/(n-k)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah data

k = Jumlah variabel independen