

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Jenis data penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan strategi penelitian yang di gunakan peneliti adalah strategi asosiatif. Menurut Sugiyono (2018:55) penelitian yang bersifat asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih yang akan berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol fenomena. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai pengaruh dari masing-masing variabel. Dimana dalam penelitian ini ingin mengetahui pengaruh Promosi (X_1), Persepsi Harga (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), Produk (X_4) Terhadap Minat Beli (Y). Tujuan dari penggunaan strategi asosiatif agar dapat memberikan penjelasan mengenai pengaruh antara Promosi, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Minat Beli.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Dalam metode penelitian survei, peneliti menanyakan kepada beberapa orang (responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang Sugiyono (2017:54).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Sugiyono (2017:117) menyatakan 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. Berdasarkan teori tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi pada penelitian ini yaitu seluruh konsumen PT. Ghanior periode .Sedangkan menurut Arikunto (2018:173) populasi adalah kumpulan dari seluruh unsur atau elemen atau unit pengamatan yang akan diteliti. Jadi objek dari penelitian ini adalah Promosi, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Produk terhadap Minat Beli produk. Sementara subjek dalam penelitian ini adalah warga yang berdomisili

di Jabodetabek Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah warga yang berdomisili di Jabodetabek yang menggunakan produk jersey *PT. Ghanior*.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sugiyono (2017:120) menyatakan sampel merupakan bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian yang nanti kesimpulan dari penelitian tersebut berlaku untuk populasi. Sampel merupakan bagian kecil yang diambil dari anggota populasi berdasarkan prosedur yang sudah ditentukan sehingga bisa digunakan untuk mewakili populasinya. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar berfungsi sebagai representatif keadaan populasi yang sebenarnya.

Sugiyono (2017:81) mengemukakan bahwa teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2017:84) *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan tidak menggunakan teori peluang atau *probability theory*. Dalam penelitian ini teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah teknik pengambilan sampel sesuai tujuan (*purposive sampling*). Menurut Sugiyono (2017:85) *purposive sampling* dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan atas dasar strata, *random*, atau daerah tetapi didasarkan atas tujuan tertentu. Teknik ini biasanya dilakukan atas dasar pertimbangan, seperti alasan keterbatasan waktu, tenaga, dan dana, sehingga tidak bisa mengambil sampel yang besar dan jauh.

Sampel yang dipilih ditentukan pada remaja dan dewasa dengan usia antara 17 s/d 40 tahun yang menggunakan Jersey Gharnior.

Arikunto (2014:112) menyebutkan bahwa apabila subjeknya kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua. Besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti. Alasan pengambilan sampel dilakukan pembulatan menjadi 100 dikarenakan jika sampel lebih besar hasilnya akan lebih baik, sehingga hasil perhitungan sampel diambil menjadi 100.

3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai penelitian terkait. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sebagai berikut:

1. Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sugiyono (2018:456) Pada penelitian ini data penelitian yang diperoleh secara langsung dengan teknik observasi yang memiliki ciri spesifik dengan teknik lain. Observasi yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung kepada konsumen *PT Ghaniory* yang berdomisili di Jabodetabek untuk mendapatkan keterangan sesuai dengan tujuan penelitian.
2. Data Sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, data yang diperoleh dengan melakukan pencarian data dan informasi melalui sumber-sumber dari jurnal, buku, dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan masalah yang akan diteliti.

3.3.2 Metode pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data dipenelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2017:192) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Dalam hal ini terdapat kuesioner yang berisi serangkaian daftar pernyataan yang disusun secara sistematis oleh peneliti untuk disampaikan dan diisi oleh responden. Pada penelitian ini dalam penyebaran kuesioner dengan menggunakan *google form*.

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan skala *likert*, karena menurut Sugiyono (2017:136) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti. Dengan

skala *likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* terdapat kategori jawaban dan skor pada masing-masing jawaban yaitu, Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-Ragu (RR), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Adapun skor jawaban dalam skala *likert* tersebut sebagai berikut:

Tabel 3.1. Skala Likert

No.	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2018)

3.4 Operasional Variabel

3.4.1 Variabel Penelitian

Sugiyono (2017:63) mengemukakan variabel penelitian merupakan suatu sifat atau *value* dari orang, objek, organisasi atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ialah variabel dependen dan variabel independen.

Sugiyono (2017:64) mengemukakan variabel independen atau variabel bebas ialah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen atau variabel bebas adalah Promosi (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Persepsi Harga (X_3) dan Produk (X_4).

Menurut Sugiyono (2017:64) variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen atau variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen atau variabel terikat adalah Minat Beli (Y).

Untuk menjelaskan variabel yang diidentifikasi, maka perlu definisi operasional dari masing-masing variabel. Definisi variabel yang diteliti adalah:

1. Variabel Promosi (X_1)

Promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan saat ini atau dimasa yang akan datang.

2. Variabel Persepsi Harga (X_2)

Harga adalah salah satu bagian dari variabel bauran pemasaran yang paling penting dalam manajemen pemasaran. Harga juga merupakan variabel bauran pemasaran yang paling fleksibel. Skala pengukuran yang digunakan ialah skala *likert*.

3. Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)

Kualitas Pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai keinginan pelanggan. Skala pengukuran yang digunakan ialah skala *likert*.

4. Variabel Produk (X_4)

Produk adalah hasil proses produksi yang dilakukan oleh produsen atau perusahaan yang nantinya akan dijual kepada konsumen yang membutuhkan. atau dapat juga dikatakan suatu barang/jasa yang memiliki nilai tambah atau memberikan kemanfaatan bagi penggunanya yang dihasilkan dari proses produksi. Skala pengukuran yang digunakan ialah skala *likert*.

5. Variabel Minat Beli (Y)

Minat Beli adalah keinginan yang muncul dalam diri konsumen terhadap suatu produk sebagai dampak dari suatu proses pengamatan dan pembelajaran konsumen terhadap suatu produk. Skala pengukuran yang digunakan ialah skala *likert*.

3.4.2 Instrumen Penelitian

Variabel yang diukur, dijabarkan kedalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner. Indikator-indikator yang digunakan untuk penyusunan kuesioner peneliti secara rinci dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.2. Ketentuan Pengukuran Instrumen Penelitian

NO.	VARIABEL	INDIKATOR	NO. ITEM
1	Promosi (X ₁) Setyaningrum,Udaya dan Efefendi (2017)	a. Iklan dan publikasi	1,2,3
		b. Penjualan pribadi	
		c. Promosi penjualan	
2	Persepsi harga (X ₂) Tjiptono Chandra dan Adriana (2018)	a. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.	1,2,3
		b. Kesesuaian harga dengan manfaat.	
		c. Harga bersaing.	
3	Kualitas Pelayan (X ₃) Kotler dan Keller (2017)	a. Reliability (Kehandalan)	1,2,3,4 dan 5
		b. Tangibles (Bukti Fisik),	
		c. Responsiveness (Kepekaan)	
		d. Assurance (Jaminan)	
		e. Empathy (Empati)	
4	Produk (X ₄) (Bob Sabran, 2018)	a. Bentuk form	1,2,3,4,5,6,7,8,9
		b. Fitur feature	
		c. Kualitas kinerja performance quality	
		d. Kesan kualitas perceived quqlity	
		e. Ketahanan durability	
		f. Keandalan reability	
		g. Kemudahan perbaikan repairability	
		h. Gaya style	
		i. Desain design	
5	Minat Beli (Y) Kotler dan Keller (2017)	a. Minat transaksional	1,2,3,4
		b. Minat referensial	
		c. Minat preferensial	
		d. Minat eksploratif	

3.5 Metoda Analisis Data

Metoda analisis yang penulis gunakan yaitu untuk melihat seberapa besar pengaruh promosi,persepsi harga,kualitas pelayanan,produk terhadap Minat Beli PT. Gharnior pada periode 2018-2022.

3.5.1 Uji Kualitas Data

Penelitian ini menggunakan uji kualitas data yang bertujuan untuk mengukurkeakuratan dan keandalan item-item pernyataan yang terdapat pada instrumentpenelitian. Maka dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan uji kualitas datayang terdapat 2 jenis yaitu:

1. Uji Validitas

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 (Ghozali, 2012:53) dalam penelitian Samiun (2017). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk tingkat signifikansi 5% dari *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Kriteria yang dapat digunakan adalah sebagai berikut ini:

- a. Jika r hitung $>$ r table maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, begitu juga sebaliknya.
- b. Jika r hitung $<$ r table maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel ketika jawaban seseorang terhadap pertanyaan tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel dilakukan uji statistik dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*. Kriteria yang dapat digunakan adalah sebagai berikut ini:

- a. Jika nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,6 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah “reliabel”.
- b. Jika nilai *Cronbach Alpha* $<$ 0,6 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah “tidak reliabel”.

3.5.2 Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 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. Rumusan koefisien determinasi sebagai berikut:

$$R^2 = \text{RSS} / \text{TSS}$$

Keterangan:

RSS = Regression Sum OF Square

TSS = Total Sum OF Square (Total Varian)

3.5.3 Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dalam hipotesis apakah variabel secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan level signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.