

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Desain penelitian yang digunakan adalah observasional analitik. Menurut Notoatmodjo (2012), observasional analitik adalah penelitian yang menjelaskan adanya hubungan antara variabel melalui pengujian hipotesa. Pendekatan desain observasional analitik dalam penelitian ini adalah *cross sectional study*, yaitu setiap objek hanya diamati satu kali saja dan pengukuran dilakukan secara bersamaan (Notoatmodjo, 2012).

B. Tahapan Penelitian

1. Teknik Sampling

1.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019) 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 yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai pada Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Metro yang berjumlah 30 orang.

1.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pemilihan/penentuan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode sampel jenuh (*saturation sampling*).

Menurut Sugiyono (2015) sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel. Hal ini dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, yaitu kurang dari 30 atau peneliti ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 orang yang merupakan seluruh pegawai Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Metro.

2. Tahapan

Tahapan – tahapan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Identifikasi masalah

Identifikasi masalah merupakan suatu langkah untuk menemukan suatu permasalahan (fenomena) dalam penelitian melalui observasi obyek di lapangan. Identifikasi masalah dalam penelitian ini diperoleh dengan cara melakukan pra-survey dan penggalian data sekunder.

2) Studi literatur

Studi literatur merupakan penggalian teori – teori pendukung setelah dilakukan identifikasi masalah untuk mendukung permasalahan yang ditemui melalui berbagai sumber literatur yang didapat baik dari buku, jurnal atau pun media internet. Dengan adanya studi literatur maka peneliti dapat membuat suatu kerangka pemikiran/teoritik penelitian yang menjadi acuan dalam mengambil suatu hipotesa penelitian. Teori pendukung yang digunakan dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi.

3) Perancangan instrumen penelitian

Langkah berikutnya setelah melakukan studi literatur adalah merancang instrumen penelitian. Instrumen penelitian dibuat dengan tujuan untuk memperoleh data secara langsung dari responden untuk menemukan jawaban dari hipotesa yang telah dibuat sebelumnya. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner. Pengukuran jawaban responden menggunakan skala *likert*.

4) Pengumpulan Data

Setelah instrumen penelitian dibuat, langkah selanjutnya adalah menyebarkan kuesioner kepada responden yang telah ditentukan. Tujuan dari penyebaran kuesioner adalah untuk mengumpulkan data yang berasal dari jawaban responden terhadap kuesioner yang telah disebar tersebut. Data ini diperlukan untuk mendapatkan informasi jawaban yang dapat diolah dan dianalisis secara teliti.

5) Pengolahan data

Setelah kuesioner disebar dan data dikumpulkan, maka selanjutnya adalah melakukan pengolahan data. Pengolahan data dilakukan dengan membuat tabulasi data. Setelah itu, data diolah untuk mendapatkan informasi dari karakteristik responden yang menjawab. Sebelum data dianalisis, jawaban

responden perlu diuji terlebih dahulu melalui pengujian validitas dan reliabilitas untuk mendapatkan apakah jawaban responden sudah valid dan memenuhi kriteria untuk dilakukan analisis selanjutnya.

6) Analisis data

Setelah data berhasil diolah dan telah memenuhi kriteria untuk dilakukan analisis, maka Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan perangkat lunak. Dengan metode analisis regresi linier berganda, peneliti akan memperoleh hubungan pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yang merupakan jawaban akhir dari hipotesa – hipotesa yang telah dibuat.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015).

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mencakup 4P, yaitu produk, harga, promosi, dan tempat.

1. **Product (Produk)**

- a) Definisi konseptual *product* adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk dibeli, digunakan, dan dikonsumsi kepada konsumen, baik berwujud maupun tidak berwujud guna memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar
- b) Definisi operasional *product* adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen yang diukur dengan instrumen skala likert dan diberikan kepada pegawai Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Metro.

2. **Price**

- a) Definisi konseptual *price* adalah harga merupakan suatu nilai produk/jasa yang dapat ditukarkan dengan alat tukar (uang) karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga suatu produk/jasa.

b) Definisi operasional *price* adalah salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang atau jasa yang diukur dengan instrumen skala *likert* dan diberikan kepada pegawai Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Metro.

3. **Place**

a) Definisi konseptual *place* adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, harga, tempat dan saat dibutuhkan).

b) Definisi operasional *place* adalah kegiatan pemasaran yang berusaha untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat dan saat dibutuhkan) yang diukur dengan instrumen skala likert dan diberikan kepada pegawai Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Metro.

4. **Promotion**

a) Definisi konseptual *promotion* adalah kegiatan yang sangat penting dalam memasarkan produk atau jasa sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli produk tersebut, kegiatan promosi harus dirancang semenarik mungkin dan informasi yang disampaikan harus mudah di mengerti oleh konsumen agar orang yang membacanya dapat tertarik dan mudah dimengerti.

b) Definisi operasional *promotion* adalah paduan spesifik iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan yang diukur dengan instrumen skala *likert* dan diberikan kepada pegawai Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Metro.

5. **Keputusan Penggunaan**

a) Definisi konseptual keputusan penggunaan adalah tindakan dari konsumen untuk mau menggunakan atau tidak terhadap produk/jasa.

c) Definisi operasional keputusan penggunaan adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk/jasa yang

diukur dengan instrumen skala *likert* dan diberikan kepada pegawai Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Metro.

D. Teknik Pengumpulan Data

Jenis dan sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

a) Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama, atau dengan kata lain dilakukan sendiri oleh peneliti secara langsung, seperti hasil wawancara dan hasil pengisian angket (kuesioner) (Widoyoko, 2013). Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan berupa kuesioner dan sumber data diperoleh langsung dari kantor Badan Kesbangpol Kota Metro.

b) Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder digunakan untuk mendukung informasi yang didapatkan dari sumber data primer (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan berupa dokumen baik yang diperoleh secara *online* maupun *offline* dari Kantor Badan Kesbangpol Kota Metro.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai sumber data primer dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara merupakan proses tanya jawab atau dialog secara lisan antara pewawancara dengan responden atau orang lain yang diinterview dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan (Widoyoko, 2013).

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan – pertanyaan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna (Widoyoko, 2013).

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner (angket). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner tertutup dan menggunakan skala *likert* sebagai poin penilaian

responden terhadap setiap pertanyaan/pernyataan pada kuesioner. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala *likert* dengan empat skala, yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = setuju, 4 = sangat setuju. Kisi – kisi dari instrumen kuesioner tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Kisi - Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Sumber	Skala Ukur
Produk (<i>Product</i>)	1. Fitur 2. Nama Merk 3. Layanan 4. Ukuran 5. Desain	Kotler dan Amstrong, (2012), (Sari & Asiati, 2018)	Ordinal/skala likert
Harga (<i>Price</i>)	1. Daftar Harga 2. Diskon 3. Harga terjangkau 4. Harga khusus	Kotler dan Amstrong, (2012), (Sari & Asiati, 2018), (Adinda, Widodo, & Zulianto, 2018)	Ordinal/skala likert
Promosi (<i>Promotion</i>)	1. Periklanan 2. Humas 3. Pemberian hadiah 4. Promosi penjualan	Kotler dan Amstrong, (2012), (Dewi & Sutanto, 2018)	Ordinal/skala likert
Tempat (<i>Place</i>)	1. Proses pemesanan 2. Delivery 3. Lokasi driver 4. Akses	Kotler dan Amstrong, (2012), (Adinda, Widodo, & Zulianto, 2018)	Ordinal/skala likert
Keputusan Penggunaan	1. Kebutuhan 2. Kenyamanan dan keamanan 3. Rekomendasi 4. Pemakaian ulang	Kotler dan Amstrong, (2012), (Fadila & Astutiningsih, 2021)	Ordinal/skala likert

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa analisis regresi linier berganda. Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang

menjelaskan hubungan satu variabel terikat/response (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas/ prediktor (X_1, X_2, \dots, X_n) (Supranto, 2001).

Persamaan regresi linier berganda secara matematik diekspresikan oleh :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Dimana :

Y = variabel terikat (nilai variabel yang akan diprediksi)

a = konstanta

b_1, b_2, \dots, b_n = nilai koefisien regresi

X_1, X_2, \dots, X_n = variable bebas

Untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, menunjukkan hubungan signifikan dan representatif, maka model tersebut harus memenuhi persyaratan analisis, yaitu melalui pengujian normalitas, homogenitas dan linearitas. (Ghozali, 2018).

1. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian dalam penelitian ini dilakukan dalam dua tahap, yaitu sebagai berikut :

a) Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk menyatakan sejauh mana instrumen (angket/kuesioner) dapat mengukur apa yang ingin diukur. Pada uji validitas dengan pendekatan kuantitatif dilakukan dengan menggunakan metode *pearson correlation product moment*. Kriteria pengujian validitas menggunakan *correlation product moment* sebagai berikut (Ghozali, 2018):

- a) Jika r hitung $>$ r tabel dan nilai signifikansi (sig.) \leq 0,05, maka item/butir dinyatakan valid.
- b) Jika r hitung \leq r tabel dan nilai signifikansi (sig.) $>$ 0,05, maka item/butir dinyatakan tidak valid.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah cara untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama pula (Ghozali, 2018). Uji reliabilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode

Cronbach's Alpha. Kriteria pengujian reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*, yaitu sebagai berikut (Ghozali, 2018):

- 1) Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$.
- 2) Instrumen dapat dikatakan tidak reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $\leq 0,6$.

2. Uji Prasyarat Analisis

Uji prasyarat analisis dilakukan dalam tiga tahap sebelum dilakukan uji regresi linier berganda, yaitu sebagai berikut :

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik dengan Kolmogorov-Smirnov. Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov adalah (Ghozali, 2018) :

- Jika signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- Jika signifikansi $\leq 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b) Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi data adalah sama atau tidak. Dengan kata lain, tujuan uji homogenitas adalah untuk mengetahui kondisi data sampel yang diperoleh merupakan sampel berasal dari populasi bervariasi homogen atau tidak homogen (Priyatno, 2009). Pengujian homogenitas data sampel dalam penelitian ini menggunakan uji analisis *One - Way Anova*. Kriteria uji homogenitas adalah sebagai berikut (Priyatno, 2009):

- a) Jika nilai signifikansi (sig.) $> 0,05$, maka variansi setiap sampel homogen dan (H_a) ditolak.
- b) Jika nilai signifikansi (sig.) $< 0,05$, maka variansi setiap sampel tidak homogen dan (H_0) diterima.

c) Uji Linieritas

Uji linieritas merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat linier atau tidak. Uji linieritas juga digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan

sudah benar atau tidak (Ghozali, 2018). Kriteria uji linieritas adalah sebagai berikut (Priyatno, 2009) :

- a) Jika nilai signifikansi (sig.) *deviation from linearity* $> 0,05$, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah linier.
- b) Jika nilai signifikansi (sig.) *deviation from linearity* $< 0,05$, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah tidak linier.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis penelitian pada penelitian ini dilakukan dalam dua tahap, yaitu sebagai berikut :

5.1 Uji T

Uji statistik T menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen (bebas) secara parsial terhadap variabel dependen (terikat). Dasar analisis yang digunakan pada uji T (Ghozali, 2018) :

1. Perbandingan T_{hitung} dengan T_{tabel}
 - Jika $|T_{hitung}| \leq T_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_α ditolak.
 - Jika $|T_{hitung}| > T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_α diterima.
2. Perbandingan nilai signifikansi (Sig.) dengan taraf nyata
 - Jika nilai signifikansi (Sig.) \geq taraf nyata (0,05), maka H_0 diterima dan H_α ditolak.
 - Jika nilai signifikansi (Sig.) $<$ taraf nyata (0,05), maka H_0 ditolak dan H_α diterima.

5.2 Uji F

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Dasar analisis yang digunakan pada uji F (Ghozali, 2018) :

- 1) Perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel}
 - Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_α ditolak.
 - Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_α diterima.
- 2) Perbandingan nilai signifikansi (Sig.) dengan taraf nyata
 - Jika nilai signifikansi (Sig.) \geq taraf nyata (0,05), maka H_0 diterima dan H_α ditolak.

- Jika nilai signifikansi (Sig.) < taraf nyata (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

5.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. 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. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi yang kecil menandakan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2018).