

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Dalam riset ini, metode yang digunakan adalah metodologi survei dengan desain penelitian deskriptif dan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017:11) pengertian pendekatan deskriptif adalah: “Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”.

Sedangkan (Sugiyono, 2017:11), menyatakan “Penelitian seperti ini membutuhkan metode penelitian campuran (*mixed methods*) yang merupakan perpaduan antara metode penelitian kualitatif dan kuantitatif sehingga akan diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel, dan objektif”.

#### **B. Tempat Penelitian**

Tempat penelitian dilakukan pada Tokok Alfazza Cendrawasih Kota Metro.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Sugiyono, (2017: 61) Populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang berkunjung di toko Alfazza selama satu bulan terakhir, terhitung dari bulan desember sampai dengan januari 2022. Maka diketemukan jumlah populasi konsumen yang berkunjung dalam satu hari mencapai 10 pelanggan, maka asumsi peneliti jika melakukan penelitian lamanya 1 bulan/ 30 hari diketemukan jumlah populasi sebesar 300 konsumen yang berkunjung dan membeli di Toko Alfazza cendrawasih Kota Metro.

##### **2. Sampel**

Menurut (Juliansyah Noor, 2016:148) Sampel adalah “proses pemilihan sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan

membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi”.

Teknik dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Purposive *sampling* yang artinya menurut (Sugiyono, 2017) **purposive sampling** yaitu “teknik pengambilan sampel data yang didasarkan pada pertimbangan tertentu”. “Pengambilan sampel yang penulis gunakan ialah *rumus slovin* dalam perhitungan sampel dengan tingkat kesalahan sebesar 5% atau 0,05”, berikut rumus Slovin yang dikemukakan oleh Umar Husein, (2013: 78)

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

Dimana:

“n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Batas Toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dengan menggunakan rumus Slovin, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut”:

$$n = \frac{300}{1+300(0,05)^2} = \frac{300}{1+300(0,05)^2} = \frac{300}{7,52} = 40 \text{ responden.}$$

Sehingga sampel yang mewakili dalam penelitian ini adalah 40 Konsumen pelanggan yang sering melakukan pembelian di Toko Alfazza Cendrawasih Kota Metro.

#### D. Definisi Operasional variabel

Operasional variabel disini memberikan memodifikasi kontrak dengan memberikan makna, atau menggambarkan fungsi, atau memberikan alasan yang diperlukan untuk mengukur struktur partikel.

Definisi operasional variabel penelitian adalah sebagai berikut:

##### 1. Persepsi Harga ( $X_1$ )

Definisi konseptual

Persepsi harga adalah persepsi atau pemahaman pemasok/pelanggan tentang jumlah uang yang akan dibutuhkan untuk membeli produk yang diinginkan dengan nilai penawaran yang setara dengan barang dan jasa tersebut.

#### Definisi Operasional

Suatu pemikiran atau penafsiran seseorang dalam membeli produk atau jasa dengan jumlah uang yang akan dikeluarkan dengan barang yang diinginkan dari nilai pengorbanan yang sesuai didapatkannya suatu produk yang dibelinya, dengan indikator pengukuran, diantaranya: 1) keterjangkauan harga, 2) kesesuaian harga dengan kualitas produk, 3) kesesuaian harga dengan layanan yang ditawarkan, 4) kesesuaian harga dengan manfaatnya.

#### 2. Kemasan ( $X_2$ )

##### Definisi Konseptual

Serangkaian proses yang meliputi kegiatan desain dan produksi, fungsi utama dari kemasan itu sendiri adalah untuk melindungi produk untuk menjaga kualitas produk.

##### Definisi operasional

Sebuah proses yang melibatkan kegiatan desain dan manufaktur, fungsi utama dari kemasan itu sendiri adalah untuk menjaga kualitas produk, dengan indikator pengukuran diantaranya: 1) desain warna, 2) desain kemasan, 3) bahan kemasan 4) ukuran kemasan.

#### 3. Keputusan pembelian ( $Y$ )

##### Definisi konseptual

Merupakan metode pendekatan dan memecahkan masalah dalam aktivitas manusia untuk mendapatkan barang dan jasa guna memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

##### Definisi operasional

Suatu pendekatan dan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang dan jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya, dengan indikator pengukuran diantaranya: 1) perhatian (*Attention*), 2) Ketertarikan (*Interest*), 3) berniat (*Desire*), 4) aksi beli (*action*), 5) Tahapan.

### E. Metode pengumpulan data

#### 1. Data Primer

Data yang diperoleh dari sumber pertama, seperti hasil wawancara dan survei kuesioner yang biasanya dilakukan oleh peneliti, dalam hal ini peneliti mengisi kuesioner kepada setiap pelanggan yang datang ke toko Alfazza Cendrawasih Kota Metro.

## 2. Data Sekunder

Yaitu data yang bersumber dari penelitian dan diperoleh secara langsung melalui pemilik toko. Data sekunder ini berupa data global penjualan dalam 3 tahun terakhir.

## 3. Teknik pengumpulan data

- a. Kuesioner (angket)
- b. Wawancara

## F. Instrumen penelitian

Adapun kisi-kisi instrumen yang peneliti rangkum dari definisi konseptual maupun operasional adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. Kisi-Kisi instrumen**

Variabel	Indikator	Nomor item	Jumlah item
Persepsi harga ( $X_1$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Kesesuaian harga dengan layanan yang ditawarkan</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaatnya.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1,2,3,4,5</li> <li>6,7,8,9,10</li> <li>11,12,13,14,15</li> <li>16,17,18,19,20</li> </ol>	20
Kemasan ( $X_2$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desain warna</li> <li>2. Desain kemasan</li> <li>3. Bahan kemasan</li> <li>4. Ukuran kemasan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1,2,3,4,5</li> <li>6,7,8,9,10</li> <li>11,12,13,14,15</li> <li>16,17,18,19,20</li> </ol>	20
Keputusan pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perhatian (<i>Attention</i>)</li> <li>2. Ketertarikan (<i>Interest</i>)</li> <li>3. Berniat (<i>Desire</i>)</li> <li>4. Aksi beli (<i>action</i>)</li> <li>5. Tahapan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1,2,3,4,5</li> <li>6,7,8,9,10,11,</li> <li>12,13,14</li> <li>15,16,17</li> <li>18,19,20</li> </ol>	20

Sementara instrumen survei menggunakan Skala Likert, yang diubah menjadi empat alternatif jawaban untuk menentukan skor dan mencegah jawaban yang tidak pasti dari responden dan perlunya analisis kuantitatif. Tanggapan ditandai dalam tanda kurung ( $\sqrt{\phantom{x}}$ ). Untuk setiap alternatif jawaban, skor untuk pernyataan positif (+) dan negatif (-) adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. Skor alternatif jawaban**

Alternatif jawaban	Skor untuk pertanyaan
	Positif
A= Sangat Setuju (SS)	5
B= Setuju (S)	4
C= Ragu – Ragu (RR)	3
D= Tidak Setuju (TS)	2
E= Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Coba Instrumen

#### a. Uji Validitas

Tes reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi validitas kuesioner untuk menentukan apakah sesuatu itu mungkin. Pemrosesan data dilakukan dengan menggunakan program komputer IBM SPSS versi 25, Perangkat Lunak SPSS (Solusi Produk dan Layanan Statistik)..

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

x = skor item

y = skor total dari y

n = jumlah banyaknya subjek

Menurut (Sugiyono, 2017:225) uji validitas “dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka pertanyaan atau indikator pada kuesioner tersebut adalah valid. Sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid”.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk “mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama” (Sugiyono, 2017:225).

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan satu kali survey atau pengukuran dengan alat uji statistik SPSS Cronbach Alpha. ( $\alpha$ ).

$$r = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum x_{ab}^2}{a_1^2} \right]$$

Ket : "r = reliabilitas instrumen  
 k = banyaknya item pertanyaan atau pernyataan  
 $\sum x_{ab}^2$  = jumlah varian butir  
 $a_1^2$  = jumlah varian total"

Menurut (Juliansyah Noor, 2016) "suatu konstruk/ variable dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Croanbach Alpha* > 0,06".

## 2. Pengujian Persyarat Analisis

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah normalitas *Shapiro-Wilk* dengan bantuan SPSS versi 25, dalam pengujianya karena responden yang diteliti kurang dari 50. Menurut Oktaviani, (2014: 134) "*Shapiro -Wilk* merupakan metode uji normalitas yang penggunaannya terbatas untuk sampel kurang dari 50 agar menghasilkan keputusan yang akurat.

Adapun kriteria keputusan yang diambil pada pengujian ini adalah:

- $H_a$  akan diterima jika nilai signifikansi lebih dari  $\geq 0,05$
- $H_o$  akan ditolak jika nilai signifikansi kurang dari  $\leq 0,05$ "

### b. Uji Linieritas

Linearitas adalah hubungan linier antar variabel, yang berarti bahwa setelah setiap perubahan pada satu variabel akan ada perubahan pada variabel lain yang berukuran paralel. Uji linieritas biasanya bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel berkorelasi linier.

Dasar Penarikan Kesimpulan Dari Uji Linieritas Fhitung Ftabel, maka dapat dikatakan bahwa hubungan antar variabel bersifat linier.

### c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk "memperlihatkan bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki variasi

yang sama. Uji homogenitas dikenakan pada data hasil *post -test* dari kelompok eksperimen dan kelompok kontrol”. maka rumus yang digunakan uji F adalah:

$$F = \frac{\text{varian terbesar}}{\text{varian terkecil}} \quad (\text{Sugiyono, 2017: 75})$$

“Tarf signifikan yang digunakan adalah  $\alpha = 0,05$ . Uji homogenitas menggunakan SPSS versi 25 dengan kriteria yang digunakan untuk mengambil kesimpulan apabila  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  maka memiliki varian yang homogen. Akan tetapi jika  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  maka varian tidak homogen”.

### 3. Pengujian model analisis

#### a. Multi Regresi Ganda

“Analisis regresi linier berganda digunakan apabila terdapat lebih dari dua variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel terikat”. Persamaan umum regresi linier berganda adalah:

$$\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 \text{ et}$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

X<sub>1</sub> = Persepsi harga

X<sub>2</sub> = Kemasan

a = Harga Konstanta (Keputusan pembelian Y bila X=0)

et = *error term*

b<sub>1</sub> b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi Berganda

(Sumber: Sugiyono, 2017: 192)

#### b. Uji t (Signifikan Parsial)

Uji-t digunakan untuk mengetahui variabel (X) mana yang berpengaruh terhadap variabel Y. Uji-t menguji variabel bebas (X) pada suatu titik dalam variabel yang berasosiasi dengan variabel terukur (Y):

1) Uji T untuk variabel X<sub>1</sub> terhadap Y

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\beta_1}{S\beta_1}$$

Ket:

$\beta_1$  : Koefisien regresi

$S\beta_1$  : Simpanan baku

2) Uji T untuk variabel  $X_2$  terhadap Y

$$t_{hitung} = \frac{\beta_2}{S\beta_2}$$

Ket:

$\beta_2$  : Koefisien regresi  
 $S\beta_2$  : Simpanan baku

Kriteria untuk penerimaan dan penolakan suatu hipotesis adalah :

Nilai  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.

Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.

### c. Uji f (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas yaitu variabel ( $X_1$ ), ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel ( $Y$ ). "Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F dengan menggunakan SPSS dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan 5%" adalah Agung Edy Wibowo, (2012:135) :

- 1) "Jika nilai signifikan  $< 0,05$ , atau  $f_{hitung} >$  dari  $f_{tabel}$  maka terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , atau  $f_{hitung} <$  dari  $f_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen".

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (N - K - 1)}$$

Keterangan:

"F = F hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan F table.  
 $R^2$  = Korelasi parsial yang ditemukan.  
 N = Jumlah sampel.  
 K = Jumlah Variabel bebas".

Dasar pengambilan keputusan pengujian:

"Jika  $F_{hitung} > F_{table}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  di tolak.

Jika  $F_{hitung} < F_{table}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  di terima".

**d.  $R^2$  (Koefisien *Determinasi*)**

Uji  $R^2$  digunakan untuk mengukur rasio variasi total dari nilai-nilai  $Y$  yang diamati di sekitar mean, yang dapat dijelaskan oleh garis regresi atau variabel independen yang digunakan.

$$R^2 = \frac{JK_{\text{Regresi}}}{JK_{\text{Total}}} = \frac{\sum_{i=1}^n (\hat{Y}_i - \bar{Y})^2}{\sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2}$$

Dalam regresi linier, koefisien determinasi sering diartikan sebagai kemampuan semua variabel independen untuk memprediksi perubahan. Secara sederhana, produktivitas dihitung menggunakan Koefisien Korelasi ( $R$ ). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menentukan hubungan kompleks antara variabel bebas dan efisiensi variabel.

**e. Hipotesis penelitian**

**Hipotesis Pertama pengaruh variabel persepsi harga terhadap keputusan pembelian.**

Ho:  $\beta_1 \leq 0$ : Tidak berpengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian.

Ha:  $\beta_1 > 0$ : Terdapat pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian.

**Hipotesis kedua pengaruh variabel kemasan terhadap keputusan pembelian**

Ho:  $\beta_3 \leq 0$ : Tidak berpengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian.

Ha:  $\beta_3 > 0$ : Terdapat pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian.

**Hipotesis ketiga pengaruh persepsi harga, dan kemasan terhadap keputusan pembelian**

Ho:  $\beta_1, \beta_2 \leq 0$  : Persepsi harga, dan kemasan secara simultan Tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Ha:  $\beta_1, \beta_2 > 0$  : Persepsi harga, dan kemasan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.