BAB III
METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam riset ini ialah “menggunakan *explanatory research* dimana suatu riset yang menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang akan diteliti serta hubungan antara variabel dengan variabel lain”, Santoso, K. W., Waluyo, H. D. & Listyorini, (2013). Sedangkan sifat dari riset ini ialah menjelaskan, dan riset ini dilakukan pada semua konsumen yang sering menggunakan produk Semen Baturaja di wilayah batanghari Lampung-Timur.

Tabel 4. Data kependudukan kecamatan Lampung Timur 2020

Kecamatan	Jumlah Penduduk Lampung Timur Berdasar Kecamatan (Jiwa)								
	Laki-Laki			Perempuan			Laki-Laki dan Perempuan		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Batanghari	30.733	31.082	31.417	30.666	31.039	31.404	61.399	62.121	62.821

Sumber:https://lampungtimurkab.bps.go.id/indicator/12/33/1/jumlah-penduduk-lampung-timur-berdasar-kecamatan.html

Dari tabel 4. Diatas dapat diketahui bahwa jumlah masyarakat di kecamatan batanghari lampung timur sebanyak 62.821 jiwa.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Riset ini dilaksanakan di Provinsi lampung dan terfokuskan pada kabupaten Lampung Timur kecamatan Batanghari. Adapun waktu penelitian dilakukan 06 Oktober sampai dengan 05 November 2021.

C. Konsep dan Operasional variabel

Konsep Penelitian ini terdiri dari empat variabel bebas yaitu (produk (X_1), promosi (X_2), harga (X_3), dan distribusi (X_4), dan untuk variabel terikat atau independen yaitu Keputusan pembelian (Y).

Menurut Adiyanta, (2019) “Konsep-konsep sosial yang sudah diterjemahkan menjadi satuan yang lebih operasional, yaitu variabel dan konstruk *(construct),* biasanya belum sepenuhnya siap untuk dilakukan pengukuran”. Hal demikian ini

karena variabel konstruk mempunyai beberapa dimensi yang dapat diukur secara berbeda.

1. Produk (X_1)
   a. Definisi konseptual

      Produk adalah barang atau jasa yang digunakan untuk menyenangkan konsumen; masing-masing item atau layanan ini memiliki serangkaian manfaat yang unik. Pembeli yang membeli setiap item tidak hanya membeli seperangkat fitur fisik, tetapi mereka juga bersedia membayar untuk sesuatu yang akan memuaskan keinginan dan persyaratan mereka.
   b. Definisi operasional variabel

      Produk ialah segala upaya yang dapat ditawarkan kepada pasar dalam mendapatkan perhatian, dimilki, digunakan atau dikonsumsi yang meliputi barang, jasa, kepribadian, tempat, organisasi dan gagasan dari buah pikiran, dengan indikator yang diukur dengan menggunakan skala likert diantaranya ialah mutu/kualitas, penampilan, brand/merek, dan pengemasan/*packaging.*
2. Promosi (X_2)
   a. Definisi konseptual

      Promosi ialah serangakaian aktivitas untuk memikat para calon pembeli dan mau melakukan transaksi dengan penjual sehingga tujuan dari suatu perusahaan ialah mendapatkan laba.
   b. Definisi operasional variabel

      Promosi serangkaian proses untuk memperkenalkan barang hasil produksi, dengan tujuan agar konsumen membeli hasil produksinya, guna meningkatkan laba perusahaan dan dalam penelitian ini indikator promosi yang digunakan ialah: jangkauan promosi, kuantitias penayangan iklan di media promosi, dan kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media sosial.
3. Harga (X_3)
   a. Definisi konseptual

      Harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk dan jasa yang nilainya sudah ditetapkan oleh pembeli maupun penjual melalui tawar-menawar, atau sudah ditetapkan oleh perusahaan untuk satu harga terhadap semua pembeli.

b. Definisi operasional variabel

Pembeli dan penjual bekerja sama untuk mencari tahu berapa nilai suatu produk atau layanan, atau perusahaan menetapkan harga standar untuk semua pembeli. Keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, persaingan harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat adalah beberapa indikator dalam skala likert yang digunakan untuk mengetahui seberapa berharga suatu produk atau jasa.

4. Distribusi (X_4)

a. Definisi konseptual

Segala proses pengiriman barang yang dilakukan oleh suatu organisasi agar produk yang dihasilkannya dapat diterima oleh konsumen, baik melalui perantara maupun tidak.

b. Definisi operasional variabel

Segala proses pengiriman barang yang dilakukan oleh suatu organisasi agar produk yang dihasilkannya dapat diterima oleh konsumen, baik melalui perantara maupun tidak dengan indikator yang diampu oleh peneliti diantaranya: 1) ketersediaan barang, 2) Proses pemesanan, 3) kecepatan dalam pengiriman barang, 4) mudah dalam memperoleh barang/produk.

5. Keputusan pembelian

a. Definisi konseptual

Keputusan untuk membeli bisa mengarah pada bagaimana proses keputusan dibuat. Keputusan pembelian diawali dengan adanya kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi.

b. Definisi operasional variabel

Merupakan tahap penentuan dalam pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan perilaku pasca pembelian.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam penelitian ini jumlah populasi yang ada di kecamatan batanghari sebanyak 62. 821 jiwa.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, (2016: 85), *Purposive sampling* adalah “teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.

Adapun rumus yang digunakan ialah *rumus slovin* sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel (responden dalam penelitian)

N = Jumlah Populasi

d^2 = Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini, presisi yang ditetapkan sebesar 10%)

Maka rumus *slovin* hasil penelitian sampelnya adalah :

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

$$= \frac{62.821}{1 + 62.821\,(0{,}1)^2)}$$

$$= \frac{62.821}{1+62.821\,(0{,}01)} = \frac{62.821}{0.638}$$

= 98,46

Sehingga jumlah responden untuk yang mewakili pada penelitian ini ialah sebanyak 98 responden, hasil ini di dapatkan dari pembulatan pada rumus *slovin* di atas.

3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel secara *Proportional random sampling* dimana tujuannya untuk memperoleh sampel secara spesifik dengan melihat kriteria usia atau umur. Sehingga peneliti mengambil sampel berdasarkan usia dan jenis kelamin.

Tabel 5. Data pengambilan sampel berdasarkan Usia dan jenis kelamin

Umur (Tahun)	laki-laki	perempuan
50-65	20	-
40-49	23	5
30-39	19	4
20-29	13	3
10-19	11	-
Total	86	12
	98	

Sumber: data diolah dengan microsoft excel. 2021

E. Metode pengumpulan data

1. Angket Kuesioner

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan atau menulis komentar kepada responden. Bauran pemasaran mempengaruhi keputusan pembelian pada PT. Semen Baturaja cabang panjang Lampung. Kuis pilihan ganda ini didasarkan pada indikasi yang diketahui. Setiap respon memiliki skor tersendiri, maka data yang digunakan dalam survei ini adalah data ordinal.

2. Observasi

Teknik pengumpulan data yang digukaan adalah observasi yang mempunyai peran dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.

F. Instrumen Penelitian

1. Kisi-kisi instrumen

Menurut Noor, (2017:101) Instrumen pengukur variabel (selanjutnya disebut instrumen) biasanya digunakan dalam berbagai desain penelitian, kecuali pada *event study, content analysis, dan sosiometri*.

Tabel 6. Kisi-kisi Instrumen

No	Variabel	Indikator	Butir Item	
			Jumlah item	Nomor Item
1	Produk (X_1)	1. Mutu/kualitas	4	1,2,3,4,
		2. Penampilan	5	5,6,7,8,9
		3. Brand/merek	4	10,11,12,13
		4. Pengemasan/*packaging*	5	14,15,16,17,18
Jumlah Total				**18**
2	Promosi (X_2)	1. Jangkauan promosi,	6	1,2,3,4,5,6
		2. Kuantitias penayangan iklan di media promosi	7	7,8,9,10,11,12,13
		3. Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media sosial	5	14,15,16,17,18
Jumlah Total				**18**
3	Harga (X_3)	1. Keterjangkauan harga	4	1,2,3,4
		2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	4	5,6,7,8
		3. Persaingan harga	5	9,10,11,12,13
		4. kesesuaian harga dengan manfaat	5	14,15,16,17,18
Jumlah Total				**18**
4	Distribusi (X_4)	1. ketersediaan barang	5	1,2,3,4,5
		2. Proses pemesanan	5	6,7,8,9,10
		3. Kecepatan dalam pengiriman barang	4	11,12,13,14
		4. Mudah dalam memperoleh barang/produk	4	
Jumlah Total				**18**
5	Kepututsan pembelian (Y)	1. Pengenalan masalah	3	1,2,3

No	Variabel	Indikator	Butir Item	
			Jumlah item	Nomor Item
		2. Pencarian informasi	4	4,5,6,7
		3. Evaluasi alternatif	4	8,9,10,11
		4. Tahap penentuan	4	12,13,14,15,
		5. Perilaku setelah pembelian	3	16,17,18
Jumlah Total				**18**

2. Penetapan Skor dan Penjelasannya

Instrumen dalam penelitian ini adalah angket. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan beberapa alternatif seperti terlihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 7. Nilai dan kategori jawaban

NO	Alternatif	Skor
		Positif
1	A = Selalu (SL)	5
2	B = Sering (SR)	4
3	C = Kadang-kadang (KK)	3
4	D = Pernah (PR)	2
5	E = Tidak Pernah (TP)	1

3. Statistik Deskriptif

Sugiyono (2017:35) analisis statistik deskriptif adalah Analisis yang berfokus pada satu atau lebih variabel (variabel yang berdiri sendiri atau variabel independen) tanpa membandingkannya atau mencari hubungan di antara mereka.

4. Teknik analisis data

a. Uji validitas Instrumen

Menurut (Sugiyono, 2019), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 25.

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

Keterangan

r1 : Koefisien korelasi

y : skor total dari y

x : skor item

n : jumlah banyaknya subjek

b. Uji reliabilitas instrumen

Noor, (2017: 130) 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.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan cara (*shot study)* atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu program SPSS versi 25 dengan uji statistik *croanbanch alpha (α)*.

$$r_{ii} = \left[\frac{\mathrm{k}}{\mathrm{k}-1}\right]\left[1 - \frac{\sum \sigma 2}{\sigma_1 2}\right]$$

Keterangan:

r_{ii} = reliabilitas intrumen

k = banyaknya item pertanyaan

$\sum \sigma 2$ = jumlah varian butir

σ 1 2 = jumlah varian total

Menurut Noor, (2017: 164) suatu exogen dikatakan reliabel jika memberikan nilai Croanbach Alpha > 0,06.

Tabel 8. Kriteria Reliabilitas Tes

Angka Korelasi	Kualifikasi
0,810 – 1,000	Sangat tinggi
0,610 - 0,800	Tinggi
0,410 - 0,600	Cukup
0,210 - 0,400	Rendah
Negative – 0,200	Sangat rendah

Dengan demikian akan dapat diketahui tingkat reliabilitas angket apakah reliabilitasnya sangat tinggi, tinggi, cukup, rendah, dan sangat rendah.

5. Uji Prasarat Analisis

a. Uji Normalitas

Menurut Noor, (2017: 177) Uji normalitas dengan "menggunakan bantuan program SPSS, menghasilkan 4 jenis, yaitu: 1) *Processing summary, 2) Descriptives, 3) tes of Normality, 4) Q-Q plots".* maka dalam penelitian ini menggunakan uji Normalitas *Shapiro-Wilk*, dengan asumsi pengambilan keputusan diantaranya:

Ho : Sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal

Ha : Sampel tidak berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Dengan demikian, normalitas dipenuhi jika hasil uji tidak signifikan untuk taraf signifikansi (α) tertentu (α= 0,05 atau 0,01).

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa variabel populasi *adalah* sama atau tidak. Uji ini dilakukan sebagai persyaratan dalam analisis *independent sampel T Test* dan ANOVA. Asumsi yang mendasari dalam analisis varian adalah bahwa varian dari populasi adalah sama. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama. (Gunawan, 2018: 39)

c. Uji Linieritas

Menurut (Noor, 2017: 184), jika uji Linieritas menggunakan program SPSS, maka langkah-langkah sebagi berikut:

Dua “variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila nilai signifikansi pada deviation from liniearity > 0,05, sebaliknya jika < 0,05 maka hubungannya bersifat tidak linier. Perhitungan uji linearitas dilakukan dengan menggunakan program *SPSS Statistic 25 for Mac”*.

6. Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda

a. Regresi Berganda

Menurut Janie, D. N. A. (2012) Digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independent (produk, promosi, harga, dan distribusi) terhadap variabel dependen (Keputusan pembelian). Secara umum persamaan regresi berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \boldsymbol{a} + \boldsymbol{b_1X_1} + \boldsymbol{b_2X_2} + \boldsymbol{b_3X_3} + \boldsymbol{b_4X_4}\ \boldsymbol{e}\mathbf{t}$$

Keterangan :

$\hat{Y}$	= Keputusan Pembelian
α	= Kostanta
X_1	= Produk
X_2	= Promosi
X_3	= Harga
X_4	= Distribusi
b_1 b_2 b_3 b_4	= Koefisien Regresi Berganda
et	= *Erorr Term”*

b. Uji t (*Parsial)*

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel bebas (produk, promosi, harga, dan distribusi) terhadap variabel dependen (Keputusan pembelian), Nutfah, (2016).

1) Uji T untuk variabel X_1 terhadap Y

$t_{hitung} = \frac{\beta 1}{S\beta 1}$

Ket:

β_1 : Koofesien regresi

$S\beta_1$: Simpanan baku

2) Uji T untuk variabel X_2 terhadap Y

$t_{hitung} = \frac{\beta 2}{S\beta 2}$

Ket:

β_2 : Koofesien regresi

$S\beta_2$: Simpanan baku

3) Uji T untuk variabel X_3 terhadap Y

$t_{hitung} = \frac{\beta 3}{S\beta 3}$

Ket:

$\beta 3$: Koofesien regresi

$S\beta 3$: Simpanan baku

4) Uji T untuk variabel X_4 terhadap Y

$t_{hitung} = \frac{\beta 4}{S\beta 4}$

Ket:

β_4 : Koofesien regresi

$S\beta_4$: Simpanan baku

Kriteria pengujian hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

- Signifikan 0,05 Jika Ho ditolak dan Ha diterima, maka variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- Artinya variabel bebas memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel terikat bila signifikan >0,05..

c. Uji F (simultan)

Menurut Sukestiyarno, Y. L., (2017: 68) Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independent yaitu (produk, promosi, harga, dan distribusi) terhadap variabel dependen (Keputusan pembelian). Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F dengan menggunakan SPSS dengan tingkat signifikasi yang ditetapkan 5% adalah:

a. “Jika nilai signifikan < 0,05, atau f hitung > dari f tabel maka terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Jika nilai signifikasi > 0,05, atau f hitung < dari f tabel maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen".

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Janie, D. N. A. (2012) dalam pengujian koefisien determinasi (R^2) ini dilihat seberapa besar variabel *idenpenden* dalam memberikan informasi terhadap variabel dependen, untuk menentukan (R^2) dengan melihat hasil *output* SPSS pada tabel *model summary.* Nilai (R^2) berada antara nol sampai dengan satu.

Menggunakan rumus :

$$R^2 = \frac{\sum(Y^* - \bar{Y})^2/K}{\sum(Y \quad - \bar{Y})^2/K} = \frac{\text{Jumlah kuadrat regresi}}{\text{jumlah kuadrat total}}$$

Keterangan:

Y = Nilai pengamatan

Y^*= Nilai y yang ditaksir dengan model regresi

$\bar{Y}$ = Nilai rata-rata pengamatan

K = Jumlah variabel independen