

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Adapun rancangan penelitian ini adalah menggunakan penelitian kuantitatif yang dimulai dengan berpikir deduktif untuk menurunkan hipotesis, kemudian melakukan pengumpulan data lapangan, melakukan uji hipotesis yang telah dirumuskan berdasarkan data empiris. Penelitian ini dilakukan untuk mencari besarnya pengaruh antar variabel secara parsial dan secara simultan. Data setiap variabel yang dikumpulkan dengan metode angket sebagai metode utama yang dibantu dengan metode wawancara dan observasi sebagai metode pendukung.

B. Objek dan lokasi penelitian

Objek dan lokasi penelitian pada tesis ini yaitu konsumen yang membeli produk dari Cireng Jontor metro lampung Jl. Teratai No. 29 Mulyojati Metro Barat, Kota Metro.

C. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk Cireng Jontor, namun jumlahnya tidak diketahui sehingga pengambilan sampel akan dilakukan dengan metode *non random sampling* yaitu *purposive sampling* yang artinya pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sekaran & Bougie, 2016). Adapun persyaratan responden dalam penelitian ini adalah konsumen pembeli Cireng Jontor yang berumur 17 tahun sampai dengan 40 tahun. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Wibisono.

$$n = \left(\frac{z_{\alpha/2} \cdot \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z_{α} = jumlah populasi

σ = standar deviasi populasi

e = tingkat kesalahan (0,05)

Sehingga berdasarkan rumus di atas, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2$$

$$n = 89,76$$

Dari hasil perhitungan, didapatkan jumlah minimum sampel yang dibulatkan menjadi 90.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran

Definisi operasional variabel pada penelitian ini sebagai berikut.

1) Produk

Definisi konseptual : segala sesuatu yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan meliputi atribut fisik dan non fisik.

Definisi operasional : segala sesuatu yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan meliputi atribut fisik dan non fisik yang di ukur menggunakan instrumen dengan skala Likert dan di berikan kepada konsumen Cireng Jontor.

2) Harga

Definisi konseptual : sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk memperoleh pelayanan fisik dan pelayanan non fisik

Definisi operasional : sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk memperoleh pelayanan fisik dan pelayanan non fisik yang di ukur menggunakan instrumen dengan skala Likert dan di berikan kepada konsumen Cireng Jontor.

3) Lokasi

Definisi konseptual : tempat yang dipilih oleh perusahaan untuk mendirikan suatu usaha yang di ukur dengan lingkungan fisik dan non fisik.

Definisi operasional : tempat yang dipilih oleh perusahaan untuk mendirikan suatu usaha yang di ukur dengan lingkungan fisik dan non fisik yang di ukur menggunakan instrumen dengan skala Likert dan di berikan kepada konsumen Cireng Jontor.

4) Promosi

Definisi konseptual : alat pemasaran yang digunakan penawaran khusus kepada konsumen dengan menyediakan produk bernilai tambah dalam bentuk potongan harga yang dilakukan menggunakan media elektronik dan non elektronik.

Definisi operasional : alat pemasaran yang digunakan penawaran khusus kepada konsumen dengan menyediakan produk bernilai tambah dalam bentuk potongan harga yang dilakukan menggunakan media elektronik dan non elektronik yang di ukur menggunakan instrumen dengan skala Likert dan di berikan kepada konsumen Cireng Jontor.

5) Keputusan Pembelian

Definisi konseptual : serangkaian tindakan dalam memperoleh sesuatu untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang diukur menggunakan aktivitas fisik dan non fisik.

Definisi operasional : serangkaian tindakan dalam memperoleh sesuatu untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang diukur menggunakan aktivitas fisik dan non fisik yang di ukur menggunakan instrumen dengan skala Likert dan di berikan kepada konsumen Cireng Jontor.

Tabel 1. Pengukuran Instrumen

No	Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan
1.	Produk (X ₁)	a. Atribut fisik b. Atribut non fisik	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14
2.	Harga (X ₂)	a. Pelayanan fisik b. Pelayanan non fisik	1, 2, 3, 4, 5, 6 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13
3.	Promosi (X ₃)	a. Promosi elektronik b. Promosi non elektronik	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14
4.	Lokasi (X ₄)	a. Lingkungan fisik b. Lingkungan non fisik	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 8, 9, 10, 11, 12, 13
5.	Keputusan Pembelian (Y)	a. Aktivitas fisik b. Aktivitas non fisik	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 8, 9, 10, 11, 12, 13

E. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan dua cara melalui kuesioner dan wawancara. Kuesioner akan disebarluaskan kepada para konsumen Cireng Jontor secara online menggunakan google form, sedangkan wawancara dilakukan sebelum pengambilan data sebagai bentuk pra survei melakukan pendalaman terkait persepsi konsumen tentang Cireng Jontor.

F. Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan beberapa persyaratan sebagai berikut.

1. Pengujian Persyaratan Instrumen

Persyaratan instrumen dalam penelitian dilakukan dengan pengujian validitas dan pengujian reliabilitas terlebih dahulu. Apabila data telah dinyatakan valid dan reliabel, maka akan dilakukan pengujian selanjutnya. Adapun penjelasan terkait dengan prasyarat dari uji validitas dan uji reliabilitas sebagai berikut.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan dapat diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat benar dapat mengukur apa yang hendak diukur (Ghozali, 2013: 52).

Uji validitas pada penelitian ini penulis akan menggunakan komputerisasi SPSS 20 for windows dengan teknik pengujian rumus *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(N \sum X^2 - (\sum X)^2)][(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)]}}$$

Keterangan:

- r_{xy} : koefisien validitas item yang dicari
- X : skor responden untuk tipe item
- Y : total skor tiap responden dari seluruh item
- $\sum X$: jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$: jumlah skor dalam distribusi Y

- $\sum X^2$: jumlah kuadrat masing-masing skor X
- $\sum Y^2$: jumlah kuadrat masing-masing skor Y
- N : jumlah subjek

Suatu butir pernyataan dikatakan valid apabila nilai signifikannya $> 0,01$ atau 1% jika nilai signifikan $< 0,01$ atau 1% maka butir pertanyaan dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu dapat diandalkan/dapat dipercaya reliabilitas dianggap reliabel bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan rumus yang digunakan adalah rumus *Cronbach Alpha Coefficient*. (Sigit, 2010: 102).

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_{bt}^2} \right]$$

Dimana :

- r_{11} = Realibitas instrument / koefisien reliabilitas
- k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal
- $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir
- σ_{bt}^2 = Varians total

2. Pengujian Persyaratan Analisis

Berikut beberapa pengujian yang harus dipenuhi sebelum analisis dilakukan antara lain uji normalitas, uji homogenitas, dan uji linieritas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan membandingkan hasil dari *kolmogorov smirnov* atau *shapiro wilk* dengan nilai sig. 0,05. *Kolmogorov smirnov* digunakan apabila jumlah responden > 30 dan sebaliknya pada *shapiro wilk*. Suatu variabel dikatakan berdistribusi normal apabila memiliki nilai *kolomogorov smirnov* atau *shapiro wilk* $> 0,5$.

b. Uji Homogenitas

Pada penelitian ini uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara varibel bebas dan variabel terikat berasal dari varians yang homogen dengan persyaratan memiliki nilai sig. $> 0,05$.

c. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan dengan menggunakan SPSS dan tujuannya mengetahui hubungan linier antara variabel bebas dan variabel terikat. Adapun persyaratannya yaitu memiliki nilai $> 0,05$ pada bagian kolom *deviation from linearity*.

3. Pengujian Hipotesis

Tujuan dari uji hipotesis adalah untuk menetapkan suatu dasar sehingga dapat mengumpulkan bukti berupa data-data dalam menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran dari pernyataan atau asumsi yang telah dibuat.

Regresi linear berganda

Analisis Regresi linear berganda sebenarnya sama dengan analisis Regresi linear sederhana, hanya variabel bebasnya lebih dari satu buah. Persamaan umumnya adalah $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$

Dengan Y adalah variabel bebas, dan X adalah variabel-variabel bebas, a adalah konstan (interest) dan b adalah koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas.

Koefisien-koefisien regresi b_1 dan b_2 serta konstantan a dapat dihitung menggunakan rumus :

$$a = \frac{(\sum Y) - (b_1 \times \sum x_1) - (b_2 \times \sum x_2)}{n}$$

$$b_1 = \frac{[(\sum x_2^2 \times \sum x_1 y) - (\sum x_2 y \times \sum x_1 x_2)]}{[(\sum x_1^2 \times \sum x_2^2) - (\sum x_1 \times x_2)^2]}$$

$$b_2 = \frac{[(\sum x_1^2 \times \sum x_2 y) - (\sum x_1 y \times \sum x_1 x_2)]}{[(\sum x_1^2 \times \sum x_2^2) - (\sum x_1 \times x_2)^2]}$$

a. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel bebas (produk, harga, lokasi, dan promosi) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian)

a. Uji T untuk variabel X_1 terhadap Y

$$t_{hitung} = \frac{\beta_1}{s_{\beta_1}}$$

Ket:

β : Koefisien regresi

$S\beta_1$: Simpanan baku $S\beta_1$

b. Uji T untuk variabel X_2 terhadap Y

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

Ket:

β : Koefisien regresi

$S\beta_2$: Simpanan baku $S\beta_2$

c. Uji T untuk variabel X_3 terhadap Y

$$t_{hitung} = \frac{\beta_3}{S\beta_3}$$

Ket:

β : Koefisien regresi

$S\beta_3$: Simpanan baku $S\beta_3$

d. Uji T untuk variabel X_4 terhadap Y

$$t_{hitung} = \frac{\beta_4}{S\beta_4}$$

Ket:

β : Koefisien regresi

$S\beta_4$: Simpanan baku $S\beta_4$

Kriteria pengujian hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

- Signifikan 0,05 jika H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- Artinya variabel bebas memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel terikat bila signifikan $> 0,05$.

b. Uji F

Pengujian yang dilakukan ini adalah dengan uji parameter b (uji korelasi) dengan menggunakan uji F statistik. Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat digunakan uji F. Uji F dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Uji f merupakan pengujian regresi secara bersama-sama dari variabel-variabel independen. Uji hipotesis serentak ini membandingkan antara nilai F hitung dengan nilai F pada keyakinan tertentu.

- Uji F statistik signifikan lebih kecil \leq dari 0,05, maka H_0 diterima
- Uji F statistik signifikan lebih besar $>$ dari 0,05, maka H_0 ditolak