

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian eksplanatori kuantitatif. Penelitian eksplanatori merupakan suatu metode yang bersifat menerangkan pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini yaitu pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen.

2. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian adalah Para Konsumen Toko Central Yang berlokasi di JL. Jendral Sudirman Kelurahan Gajah Timur 2, Kecamatan Kota Gajah, Lampung Tengah. Kode Pos (34153).

B. Definisi Variabel dan Operasional Variabel

1. Definisi Konseptual

- 1) Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang. Dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya.
- 2) Promosi adalah komunikasi pemasaran yang dikerjakan untuk mempengaruhi, menyampaikan sesuatu, membujuk, serta meningkatkan pasar sasaran dari suatu perusahaan.
- 3) Keputusan Pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu.
- 4) *Store Atmosphere* merupakan suasana atau lingkungan toko yang bisa menstimulasi panca indera konsumen dan mempengaruhi persepsi serta emosional konsumen terhadap toko.

2. Definisi Operasional

- 1) Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang. Dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya. Yang dapat diukur melalui kuesioner yang diberikan kepada konsumen Toko Central di Kota Gajah.
- 2) Promosi adalah komunikasi pemasaran yang dikerjakan untuk mempengaruhi, menyampaikan sesuatu, membujuk, serta meningkatkan pasar sasaran dari suatu perusahaan. Yang dapat diukur melalui kuesioner yang diberikan kepada konsumen Toko Central di Kota Gajah.
- 3) Keputusan Pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Yang dapat diukur melalui kuesioner yang diberikan kepada konsumen Toko Central di Kota Gajah.
- 4) *Store Atmosphere* merupakan suasana atau lingkungan toko yang bisa menstimulasi panca indera konsumen dan mempengaruhi persepsi serta emosional konsumen terhadap toko. Yang dapat diukur melalui kuesioner yang diberikan kepada konsumen Toko Central di Kota Gajah.

Tabel. 1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	No Kuisisioner
Harga (X1)	1) Keterjangkauan Harga.	1,2,3,4,5
	2) Penentuan Harga.	6,7,8,9,10
	3) Pertumbuhan Harga pesaing.	11,12,13,14,15
	4) Penetapan Harga jual.	16,17,18,19,20.
Promosi (X2)	1) Periklanan.	1,2,3,4
	2) Potongan Harga.	5,6,7,8,
	3) Publisitas atau hubungan masyarakat.	9,10,11,12
	4) Promosi Penjualan.	13,14,15,16
	5) Pelayanan.	17,18,19,20.
Keputusan Pembelian (Y)	1) Pengenalan kebutuhan.	1,2,3,4
	2) Pencarian informasi.	5,6,7,8,
	3) Evaluasi alternative.	9,10,11,12
	4) Keputusan Pembelian.	13,14,15,16
	5) Perilaku pasca pembelian.	17,18,19,20.

Variabel	Indikator	No Kuisisioner
Store Atmosphere (Z)	1) <i>Exterior.</i>	1,2,3,4,5
	2) <i>General Interior.</i>	6,7,8,9,10
	3) <i>Store Layout.</i>	11,12,13,14,15
	4) <i>interior Display.</i>	16,17,18,19,20.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan wilayah objek dan subjek penelitian ditetapkan untuk di analisis dan ditarik kesimpulan oleh peneliti. Populasi adalah kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda dan ukuran lain, yang menjadi objek perhatian atau kumpulan seluruh objek yang menjadi perhatian. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Central Kota Gajah yang telah membeli Produk atau Barang yang jumlahnya sangat banyak (tersebar dan sulit diketahui secara pasti) maka dilakukan pengambilan sampel untuk penelitian ini.

2. Sampel

Menurut Bawono (2016: 28) Sampel adalah objek atau subjek penelitian yang guna mewakili keseluruhan dari populasi, agar dapat menghemat waktu dan biaya. Sehingga dalam menentukan sampel harus hati-hati, karena kesimpulan yang dihasilkan nantinya merupakan kesimpulan dari populasi Sampel dari penelitian ini adalah semua pembeli Produk atau Barang di Toko Central Kota Gajah Namun dikarenakan jumlah konsumen tidak diketahui secara pasti maka teknik yang dapat digunakan untuk menentukan jumlah sampel yaitu dapat menggunakan teori Green (1991) dan pada penelitian Sutrayani (2019) juga menggunakan Teori Green Untuk mengetahui jumlah sampel, dapat digunakan rumus $50+8n$, dimana n adalah jumlah variabel. Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel (Harga, Promosi, Keputusan Pembelian, dan *Store Atmosphere*) maka dari itu dapat diperoleh perhitungan dengan rumus sebagai berikut:

$50+8n$ adalah rumus perhitungan dari teori green yang dimana teori green digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang tidak diketahui secara pasti

$$\text{Jumlah sampel} = 50+8n$$

$$\begin{aligned}\text{Jumlah Sampel} &= 50+8(4) \\ &= 50+32 \\ &= 82 \text{ orang}\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh jumlah sampel yang baik dari populasi minimal sebesar 82 orang.

D. Jenis Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan cara perolehannya adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data diperoleh dari sumber pertama melalui prosedur dan teknik pengumpulan data yang dapat berupa interview, observasi, maupun penggunaan instrumen pengukuran yang khusus dirancang sesuai dengan tujuannya.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan cara membaca, melihat atau mendengarkan. Data ini berasal dari data primer yang sudah diolah oleh peneliti sebelumnya. Data sekunder diperoleh dari sumber tidak langsung yang berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016), metode pengumpulan data dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan sekunder. Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Studi pustaka adalah metode pengumpulan data dengan cara mencari data melalui buku-buku, koran, majalah, literature lainnya. Dalam hal ini pengumpulan data dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari tulisan-tulisan berupa buku-buku literatur dan sumber baca lainnya yang berkaitan dengan objek sebagai landasan teori.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu pengumpulan data dengan langsung terjun (survei) pada yang menjadi objek-objek penelitian. Untuk memperoleh data primer, maka cara yang dilakukan adalah :

a. Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda), atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti. Pengumpulan data secara langsung dengan mengamati kondisi dan peristiwa lokasi penelitian yang dilakukan.

b. Kuesioner

Kuesioner data yang sering tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan yang sudah disusun secara cermat dahulu. Dalam hal ini peneliti mengajukan daftar pertanyaan tertulis yang dilengkapi dengan alternatif jawaban kepada sampel dari penelitian.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitian dengan cara melakukan pengukuran. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala *Likert*, dengan skala Likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel (Sugiyono, 2016: 107). Sehingga dalam penelitian ini menggunakan 5 alternatif jawaban—Sangat tidak setuju,—Kurang Setuju, — Netral, —Setuju dan—Sangat setuju. Skor yang diberikan adalah sebagai berikut:

Tabel. 2 Instrumen Penelitian

Abjad	Keterangan	Skor
A	Sangat Setuju	skor 5
B	Setuju	skor 4

C	Netral	skor 3
D	Kurang Setuju	skor 2
E	Sangat tidak Setuju	skor 1

Sumber : Sugiyono (2016: 107)

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih dapat diinterpretasikan. Data yang dihimpun dari hasil penelitian di lapangan, akan penulis bandingkan dengan data kepustakaan, kemudian dilakukan analisis untuk menarik kesimpulan. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kuantitatif.

1. Pengujian Persyaratan Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Suwanto (2020: 49) Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji ini sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Suatu instrumendinyatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Data dikatakan valid apabila korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor setiap konstruknya signifikan pada level 0,05 Untuk menguji koefisien korelasi tersebut maka menggunakan level signifikan 5% jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut adalah valid.

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

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi.

x : skor item.

y : skor total.

n : banyaknya subjek.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah:

Jika nilai r hitung > r tabel, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam angket berkorelasi signifikan terhadap skor total (artinya item angket dinyatakan valid).

Jika nilai r hitung < r tabel, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam angket tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (artinya item angket dinyatakan tidak valid).

b. Uji Reliabilitas.

Menurut Suwanto (2020: 55) uji ini digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Maka digunakan metode *Cronbach's Alpha*, ini sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala. Rumus reliabilitas dengan metode Alpha (Arikunto, 2014) adalah :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} : reliabilitas instrumen.

k : banyaknya butir pertanyaan.

$\sum \sigma_b^2$: jumlah varians butir.

σ_t^2 : varians total.

2. Pengujian persyaratan analisis

a. Uji Normalitas

Menurut Suwanto (2020: 56) Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal, jika data tidak berdistribusi normal maka metode alternatif yang digunakan adalah *statistic non parametric*, yaitu dengan menggunakan uji *Lilliefors* dengan melihat nilai pada *Kolmogorov-Smirnov*. Data dikatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih dari 0,05. Menurut Singgih Santoso (2012: 393) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymptotic significance*), yaitu

1. Jika $sig \geq \alpha$ berarti data sampel yang diambil terdistribusi normal.
2. Jika $sig \leq \alpha$ berarti data sampel yang diambil tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018) Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel-variabel bebas, Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah melihat dari nilai *Variance InflationFactor (VIF)* dan nilai *tolerance*. Apabila nilai *tolerance* mendekati 1, serta nilai VIF disekitar angka 1 dan tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Pengujian Model Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Suwanto (2020), Analisis regresi adalah hubungan secara linier dua atau lebih variabel independen(X) dengan variabel dependen(Y) Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang dan dua atau lebih variabel bebas Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan mengetahui arah hubungan

antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

Y = Variabel Dependen (nilai yang diprediksikan).

a = Konstanta (nilai Y apabila X1).

b = Koefisien Regresi.

X = Variabel Independen.

e = Variabel Pengganggu.

b. Uji Signifikan Parsial (Uji-T)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Hasil uji t dapat dilihat melalui uji regresi dengan menggunakan SPSS yaitu apabila p-value (sig) lebih kecil dari nilai signifikan yang ditentukan yaitu 0,05 (5%) maka dapat dikatakan bahwa variabel independen secara individual (parsial) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Selain itu pengujian uji t juga dapat dilihat melalui ketentuan berikut ini:

- a. Jika nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai *Adjusted* R^2 ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X. Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 (*Adjusted* $R^2 = 0$), artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila *Adjusted* $R^2 = 1$, artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X. Dengan kata lain bila *Adjusted* $R^2 = 1$, maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi. (Ghozali, 2013).

d. Uji MRA (*Moderated Regression Analysis*)

Uji interaksi atau sering disebut *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih independen) yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel moderating akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dengan rumus persamaan sebagai berikut:

Persamaan Regresi Model 1 (MRA) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2(X_1*Z) + e.$$

Persamaan Regresi Model 2 (MRA) :

$$Y = a + b_1X_2 + b_2(X_2* Z) + e.$$

Keterangan :

Y= variabel dependen (Keputusan Pembelian).

X₁ = variable independent (Harga).

X₂ = variable independent (Promosi).

Z (x₁x₂) = variabel moderasi (*Store Atmosphere*).

e= error.