

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang akan mendeskripsikan kejadian yang terjadi saat ini secara sistematis dan faktual yang bertujuan untuk menyelesaikan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode survey. Menurut Sugiyono (2019:8) Menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan menurut Arikunto (2020:3) menyatakan bahwa Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian". Dalam metode deskriptif ini, tujuan yang hendak dicapai adalah menggambarkan atau mendeskripsikan fakta-fakta atau membuat kesimpulan atas fenomena yang diselidiki.

B. Tahapan Penelitian

1. Lokasi atau Objek Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian di Toko "Salah Parkir" *Classic Part & Custom* Kota Metro dengan objek penelitian adalah promosi penjualan, persediaan, harga dan keputusan pembelian.

2. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2019: 117). Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan Toko "Salah Parkir" *Classic Part & Custom* Kota Metro

3. Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan yang disebut sampel (Sugiyono, 2019: 117). Pada penelitian ini jumlah sampel ditentukan dengan rumus sampel minimal dikarenakan jumlah pelanggan yang berkunjung ke Toko

“Salah Parkir” *Classic Part & Custom* Kota Metro tidak dapat dipastikan jumlah pastinya setiap bulannya sehingga rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = nilai kepercayaan 95%=1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = sampling error 10% / alpha (0,10)

Berdasarkan Rumus diatas, maka :

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5(0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,4$$

Dari hasil perhitungan di atas, jumlah sampel sebagai syarat penelitian adalah 96,4. Seperti keterangan diatas, maka penulis mengambil sampel sebanyak 96 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan konsumen yang datang ke Toko “Salah Parkir” *Classic Part & Custom* Kota Metro pada saat dilakukan penelitian.

C. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2019: 124) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Promosi Penjualan

- a. Definisi Konseptual: Promosi penjualan merupakan segala upaya yang dilakukan untuk menyebarluaskan atau menawarkan sebuah produk atau jasa dengan tujuan menarik para calon konsumen dengan indikator potongan harga, kupon, cashback serta kontes dan undian.
- b. Definisi Operasional: Promosi penjualan merupakan segala upaya yang dilakukan untuk menyebarluaskan atau menawarkan sebuah produk atau

jasa dengan tujuan menarik para calon konsumen dengan indikator potongan harga, kupon, cashback serta kontes dan undian yang diukur menggunakan instrument dengan skala Likert dan diberikan kepada pelanggan Toko Salah Parkir” *Classic Part & Custom* Kota Metro.

2. Persediaan

- a. Definisi Konseptual: Persediaan merupakan keseluruhan barang atau perlengkapan yang digunakan bagi perusahaan, baik untuk menjalankan proses produksi ataupun menjaga kelangsungan kegiatan operasional perusahaan, baik itu perusahaan manufaktur ataupun perusahaan dagang yang bertujuan untuk memenuhi permintaan konsumen.
- b. Definisi Operasional: Persediaan merupakan keseluruhan barang atau perlengkapan yang digunakan bagi perusahaan, baik untuk menjalankan proses produksi ataupun menjaga kelangsungan kegiatan operasional perusahaan, baik itu perusahaan manufaktur ataupun perusahaan dagang yang bertujuan untuk memenuhi permintaan konsumen yang diukur menggunakan instrument dengan skala *Likert* dan diberikan kepada pelanggan Toko Salah Parkir” *Classic Part & Custom* Kota Metro

3. Harga

- a. Definisi Konseptual: Harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli atau penjual (melalui tawar menawar) atau ditetapkan oleh penjual untuk suatu harga yang sama terhadap semua pembeli.
- b. Definisi Operasional: Harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli atau penjual (melalui tawar menawar) atau ditetapkan oleh penjual untuk suatu harga yang sama terhadap semua pembeli yang diukur menggunakan instrument dengan skala Likert dan diberikan kepada pelanggan Toko Salah Parkir” *Classic Part & Custom* Kota Metro.

4. Keputusan Pembelian

- a. Definisi Konseptual: keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak suatu produk, dimana konsumen memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang

meliputi: pertimbangan kualitas produk, pertimbangan harga, pertimbangan merek, dan pertimbangan pemasok.

- b. Definisi Operasional: keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak suatu produk, dimana konsumen memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang meliputi: pertimbangan kualitas produk, pertimbangan harga, pertimbangan merek, dan pertimbangan pemasok yang diukur menggunakan instrument dengan skala Likert dan diberikan kepada pelanggan Toko Salah Parkir” *Classic Part & Custom* Kota Metro.

Untuk mengukur variabel-variabel, dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Penjabaran operasional variabel dalam penelitian ini secara singkat sebagai berikut:

Table 2. Kisi-Kisi Instrumen

No.	Variabel	Indikator	Item	Skala
1.	Promosi penjualan (ξ_1)	a. potongan harga, b. kupon c. cashback d. kontes dan undian	1,2,3, 4, 5 5, 6, 7, 8, 9, 10 11, 12, 13, 14, 15 16, 17, 18, 19, 20	Likert
2.	Persediaan (ξ_1)	a. Ketersediaan <i>stock</i> b. Produk baru c. Indent produk	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 8,9,10,11,12,13,14 15,16,17,18,19,20	Likert
4.	Keputusan pembelian (η_2)	a. pertimbangan kualitas produk b. pertimbangan harga, c. pertimbangan merek, d. pertimbangan pemasok	1, 2, 3, 4, 5 6, 7, 8, 9, 10 11, 12, 13, 14, 15 16, 17, 18, 19, 20	Likert
5	Harga (η_1)	a. penilaian harga dibandingkan produk pesaing, b. kesesuaian harga dengan manfaat produk a. kesesuaian harga dengan kualitas produk	11, 2, 3, 4, 5, 6, 7 8,9,10,11,12,13,14 15,16,17,18,19,20	Likert

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Library Research*/Riset kepustakaan

Library Research dilakukan dengan metode dokumentasi yaitu penelitian

dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data yang berasal dari literatur dan karya ilmiah yang berhubungan dengan topik penelitian ini

2. *Field Research*/Penelitian lapangan

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan dengan melakukan pengamatan dan pengumpulan data.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung kepada pelanggan Toko Salah Parkir” *Classic Part & Custom* Kota Metro.

c. Angket

Metode angket adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang digunakan untuk memperoleh informasi sampel dalam arti data pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui mengenai topik penelitian.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019: 199). Peneliti membagikan kuisioner kepada responden berupa pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tertutup. Pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan dengan alternatif-alternatif jawaban yang disediakan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, teknik yang dipakai dalam pengukuran kuisioner menggunakan *agree-disagree scale*. Skala ini mengembangkan pertanyaan dalam berbagai rentang nilai.

Tabel 3. Nilai dan Kategori Jawaban Kuisioner

Jawaban	Kategori	Nilai	
		Positif	Negatif
a	Sangat Setuju (SS)	5	1
b	Setuju (S)	4	2
c	Cukup Setuju (CS)	3	3
d	Tidak Setuju (TS)	2	4
e	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Instrumen dalam penelitian ini akan dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas:

a. Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2018: 52) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah tidak suatu kuesioner. Validitas adalah suatu yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalitan atau keabsahan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Untuk menentukan validitas dari suatu penelitian dapat menggunakan korelasi *product momen* (Sugiyono, 2019: 248).

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

r_{xy} = korelasi product moment

n = jumlah sampel

x = skor pertanyaan

y = skor total

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan.

Sehingga jika dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n - k$ dan dengan $\alpha = 5\%$,

a. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid

b. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid

b. Uji Reabilitas

Menurut sugiyono (2019: 173) Instrumen yang reliabel adalah instrument apabila yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reabilitas merujuk pada satu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Menurut Ghozali (2018: 47) Reabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Uji reabilitas ini dapat digunakan melalui SPSS, reabilitas dianggap reliable jika nilai Cronbach Alpha Coefficient ≥ 06 (Sugiyono, 2019)

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

Dimana :

r_{11} = Reliabilitas instrument/ koefisien reliabilitas

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$$\sum \sigma_b^2 = \text{jumlah varian butir}$$

$$\sigma_b^2 = \text{varians total.}$$

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang peneliti gunakan untuk memberikan jawaban pada setiap item jawaban yaitu dengan menggunakan skala Likert. Skala *likert* yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Fenomena ini telah ditetapkan secara spesifik oleh penulis yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

1. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Menurut Ghizali (2011:160) uji normalitas bertujuan apakah modal regresi variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) memiliki konstribusi atau tidak. Uji normalitas dilakukan untuk melihat penyebaran data yang normal atau tidak karena data diperoleh langsung dari pihak pertama melalui kuisisioner. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis uji statistik dan grafik. Pengujian terhadap normalitas dapat normalitas dapat dilakukan dengan uji *chi-square goodness of fit*.

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{O_i - E_i}{E_i}$$

(Sumber : Arikunto, 2020:239)

Keterangan :

O_i : Frekuensi observasi pada kelas atau interval i

E_i : Frekuensi yang diharapkan pada kelas i didasarkan pada distribusi hipotesis, yaitu distribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk apakah dua variable mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan pada taraf 0,05. Dua variable dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan (*Linearity*) kurang dari 0,05.

c. Uji Homogenitas

Menurut Sugiyono (2019: 276) berpendapat bahwa uji homogenitas digunakan untuk memperlihatkan bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki variasi sama. Untuk mengukur homogenitas varians dari dua kelompok data digunakan rumus uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{\text{Varian terbesar}}{\text{Varian terkecil}}$$

Taraf signifikan yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$. Uji homogenitas menggunakan SPSS dengan kriteria yang digunakan untuk mengambil kesimpulan apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka memiliki varian yang homogenitas.

2. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Untuk menganalisis pengaruh antar variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda (Sugiyono 2019: 192). Sedangkan untuk menganalisis persamaan dengan adanya variabel mediasi digunakan *PATH Analysis* atau analisis jalur. Analisis Jalur ialah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung". Disamping menggunakan diagram jalur untuk menyatakan model yang dianalisis, dalam analisis jalur juga dapat ditampilkan dalam bentuk persamaan yang biasa disebut persamaan struktural. Model ini dapat dibuat model persamaan struktural matematis sebagai berikut:

Sub struktur 1

$$\eta_1 = \gamma_{11}\xi_1 + \xi_1$$

Sub struktur 2

$$\eta_2 = \gamma_{11}\xi_1 + \beta_{12}\eta_1 + \gamma_{32}\xi_{32} + \zeta_2$$

Keterangan :

ξ = variable *eksogen* (promosi penjualan dan persediaan)

η = variable *endogen* (harga dan keputusan pembelian)

ζ = kesalahan dalam persamaan

γ = hubungan antara *eksogen* dan *endogen*

β = hubungan tidak langsung variabel *eksogen* dan *endogen*.

G. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik adalah pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya. Jika menguji hipotesis penelitian dengan perhitungan statistik, maka rumusan hipotesis tersebut perlu diubah ke dalam rumusan hipotesis penelitian hanya dituliskan salah satu saja yaitu hipotesis alternatif (H_a) atau hipotesis nol (H_0). Sedangkan dalam hipotesis statistic keduanya dipasangkan sehingga dapat diambil keputusan yang tegas yaitu menerima H_0 berarti menolak H_a , begitu juga sebaliknya. Hipotesis statistik pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penguji pengaruh langsung ξ_1 terhadap η_2

$H_0 : \gamma_{\eta_1\xi_1} \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh langsung promosi penjualan terhadap keputusan pembelian

$H_a : \gamma_{\eta_1\xi_1} > 0$: Terdapat pengaruh langsung promosi penjualan terhadap keputusan pembelian

2. Pengujian pengaruh ξ_2 terhadap η_2

$H_0 : \gamma_{\eta_2\xi_1} \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh langsung persediaan terhadap keputusan pembelian

$H_a : \gamma_{\eta_2\xi_1} > 0$: Terdapat pengaruh langsung persediaan terhadap keputusan pembelian

3. Penguji pengaruh η_1 terhadap η_2

$H_0 : \gamma_{\eta_1\xi_2} \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh langsung harga terhadap keputusan pembelian

$H_a : \gamma_{\eta_1\xi_2} > 0$: Terdapat pengaruh langsung harga terhadap keputusan pembelian

4. Penguji pengaruh ξ_1 terhadap η_1
 - Ho : $\gamma_{\eta_1\xi_2} \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh langsung promosi penjualan terhadap harga
 - Ha : $\gamma_{\eta_1\xi_2} > 0$: Terdapat pengaruh langsung promosi penjualan terhadap harga
5. Pengujian pengaruh ξ_2 terhadap η_1
 - Ho : $\gamma_{\eta_1\xi_2} \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh langsung persediaan terhadap harga
 - Ho : $\gamma_{\eta_1\xi_2} > 0$: Terdapat pengaruh langsung persediaan terhadap harga
6. Pengujian pengaruh ξ_1 terhadap η_2 dimediasi η_1
 - Ho : $\beta_{1\eta_1\eta_2} \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian yang dimediasi harga
 - Ho : $\beta_{1\eta_1\eta_2} > 0$: Terdapat pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian yang dimediasi harga
7. Pengujian pengaruh ξ_2 terhadap η_2 dimediasi η_1
 - Ho : $\beta_{2\eta_1\eta_2} \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh persediaan terhadap keputusan pembelian yang dimediasi harga
 - Ho : $\beta_{2\eta_1\eta_2} > 0$: Terdapat pengaruh persediaan terhadap keputusan pembelian yang dimediasi harga