

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode survei dipilih sebagai sumber data primer. Metode survei fokus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu, sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner atau angket. Berdasarkan tingkat eksplanasinya, penelitian ini digolongkan ke dalam penelitian asosiatif kausal. (Sugiyono, 2017:57) Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat yaitu, hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

B. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek dan lokasi penelitian ini adalah membahas tentang Pengaruh Kualitas Produksi, Promosi, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (studi pada pabrik keripik pisang “metro snack” kota metro)”

C. Metode penelitian

Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, (Sugiyono, 2017:2). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

1. Operasional variabel

Menurut Sugiyono (2017:38) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Dependen (terikat)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian.

2. Variabel Independen (bebas)

Variabel independen pada penelitian ini adalah kualitas produk, promosi dan saluran distribusi.

a. Kualitas Produk

1. Definisi konseptual: kualitas produk merupakan elemen yang terpenting dari sebuah pemasaran dengan upaya untuk memuaskan para konsumen atas keinginan dan kebutuhannya.
2. Definisi operasional: kualitas produk merupakan elemen yang terpenting dari sebuah pemasaran dengan upaya untuk memuaskan para konsumen atas keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari 1) Bentuk produk 2) Ciri ciri produk 3) kesesuaian produk 4) desain produk , Kualitas produk dalam penelitian ini diteliti dengan menggunakan instrumen kuesioner yang diberikan pembeli di toko metro snack

b. Promosi

1. Definisi konseptual : Promosi merupakan alat komunikasi dan penyampaian pesan bersifat memberitahukan, membujuk, mengingatkan kembali kepada konsumen, para perantara atau kombinasi keduanya. Dalam promosi terdapat beberapa unsur yang mendukung jalannya sebuah promosi tersebut yang biasa disebut bauran promosi
2. Definisi operasional : Promosi merupakan alat komunikasi dan penyampaian pesan bersifat memberitahukan, membujuk, mengingatkan kembali kepada konsumen, para perantara atau kombinasi keduanya. Dalam promosi terdapat beberapa unsur yang mendukung jalannya sebuah promosi tersebut yang biasa disebut bauran promosi yang terdiri dari dari 1) iklan 2) *personal selling* 3) promosi penjualan 4) publisitas. Promosi dalam penelitian ini diteliti dengan menggunakan instrumen kuesioner yang diberikan pembeli di toko metro snack

c. Saluran Distribusi

1. Definisi konseptual : Distribusi memegang peranan penting dalam kehidupan sehari-hari dalam masyarakat. Dengan adanya saluran distribusi yang baik dapat menjamin ketersediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tanpa ada distribusi produsen akan kesulitan untuk memasarkan produknya dan konsumen pun harus bersusah payah mengejar produsen untuk dapat menikmati produknya
3. Definisi operasional : Distribusi memegang peranan penting dalam kehidupan sehari-hari dalam masyarakat. Dengan adanya saluran distribusi yang baik dapat menjamin ketersediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tanpa ada distribusi produsen akan kesulitan untuk memasarkan produknya dan konsumen pun harus bersusah payah mengejar produsen untuk dapat menikmati produknya yang terdiri dari 1) tempat 2) waktu 3) bentuk 4) informasi.

4. Keputusan pembelian

1. Definisi konseptual : keputusan pembelian pada masyarakat adalah membeli merek yang paling disukai berdasarkan alternatif yang tersedia. Keputusan pembelian ini merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.
2. Definisi operasional: keputusan pembelian pada masyarakat adalah membeli merek yang paling disukai berdasarkan alternatif yang tersedia. Keputusan pembelian ini merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Yang meliputi Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Tahap Penentuan, Perilaku Pasca Pembelian.

Tabel 4 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran
Kualitas Produk	<ol style="list-style-type: none">1. Bentuk produk2. Ciri ciri produk3. Kesesuaian produk4. Desain produk	Likert
Promosi	<ol style="list-style-type: none">1. Iklan2. <i>Personal Selling</i>3. Promosi Penjualan4. Publisitas	Likert
Saluran distribusi	<ol style="list-style-type: none">1. Tempat2. Waktu3. bentuk4. informasi.	Likert
Keputusan Pembelian	<ol style="list-style-type: none">1. Pengenalan Masalah2. Pencarian Informasi3. Evaluasi4. Alternatif Tahap Penentuan5. Prilaku Pasca Pembelian	Likert

2. Kisi kisi kuisisioner

Tabel 5 Kisi Kisi Kuisisioner Penelitian

Variabel	Indikator	No item
Kualitas Produk	1. Bentuk produk 2. Ciri ciri produk 3. Kesesuaian produk 4. Desain produk	1,2,3,4,5,6,7, 8,9,10,11,12 ,13,14,15, 16,17,18,19,20
Promosi	1. Iklan 2. <i>Personal Selling</i> 3. Promosi Penjualan 4. Publisitas	1,2,3,4,5,6,7,8 9,10,11,12 13,14,15,16, 17,18,19,20
Saluran distribusi	1. Tempat 2. Waktu 3. Bentuk 4. Informasi.	1,2,3,4,5,6 ,7,8,9,10, 11,12,13,14, 15,16,17,18,19,20
Keputusan Pembelian	1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Tahap Penentuan 5. Prilaku Pasca	1,2,3,4 5,6,7,8,9,10 11,12,13 14,15,16

	Pembelian	17,18,19,20
--	-----------	-------------

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

(Ferdinand, 2014; 223) Populasi adalah gabungan dari sebuah elemen yang berbentuk peristiwa, hal taua orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menajdi pusat perhatian seorang peneliti karena dianggap sebagai sebuah semesta penelitian..Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat pembeli kripik pisang di “Metro Snack” kota metro berjumlah 92 orang.

2. Sampel

(Sugiyono, 2017;81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. sampel dalam penelitian ini diambil dari besar dan jumlah populasi penelitian yang tidak diketahui secara pasti. Pengambilan sampel pada penelitian ini pada penelitian ini akan menggunakan penelitian accidental sampling yaitu (sugiyono, 2017:221) teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui mitu cocok sebagai sumber data.

Sampel kemudian dicari dengan menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n: jumlah sampel

N: jumlah seluruh populasi

e: toleransi error

Sehingga dapat diperoleh dari perhitungan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+(N.e^2)} = \frac{92}{1+(92.0,5)} = \frac{92}{1+(92.0,0025)} = \frac{92}{1,23} = 74,7$$

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh jumlah sampel yang baik dari populasi sebesar 74,7 namun untuk mempermudah perhitungan dan karena adanya unsur pembulatan, nantinya jumlah sampel yang digunakan adalah berjumlah 75 responden.

E. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018: 225). Sumber data primer membutuhkan data atau informasi dari sumber pertama, biasanya disebut dengan responden. Data atau informasi diperoleh melalui pertanyaan tertulis atau lisan dengan menggunakan metode wawancara (Jonathan Sarwono, 2014: 16).

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018: 225). Sumber data sekunder menggunakan bahan yang bukan dari sumber pertama sebagai saranya untuk memperoleh data atau informasi untuk menjawab masalah yang diteliti (Jonathan Sarwono, 2014: 17). Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan data dari perpustakaan berupa buku-buku dan juga melalui jurnal.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Dokumentasi adalah berupa setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik itu yang bersifat tertulis, lisan, gambaran, atau arkeologis (Imam Gunawan, 2016: 175).

2. Observasi

Observasi (pengamatan) adalah metode pengumpulan data dimana peneliti atau kolaboratornya mencatat informasi sebagaimana yang di saksikan selama penelitian (W. Gulo, 2010: 115). Observasi juga merupakan suatu pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan.

Dalam teknik wawancara menuntut adanya pengamatan dari si peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya. Instrumen yang dipakai dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan, dan lainnya.

3. Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi. Wawancara merupakan bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal (W. Gulo, 2010: 119).

4. Quisioner (Angket)

Angket digunakan sebagai pengumpulan data untuk mendapatkan data tentang kualitas produk, diskon, *tagline* gratis ongkir serta serta keputusan pembelian. Quisioner adalah teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk jawabannya (Sugiyono, 2018: 142). Angket yang digunakan bersifat pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan data dari responden untuk mendapatkan objek penelitian dengan jawaban yang disediakan oleh peneliti. Menurut Suharsim Arikunto (2013:107), kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal – hal yang diketahuinya. Daftar pertanyaan dalam kuesioner harus sesuai dengan permasalahan yang diteliti, agar memperoleh data berkaitan dengan kualitas produk, promosi, saluran distribusi dan keputusan pembelian pada pembeli “metro snack” di kota metro. Dari setiap jawaban responden terhadap daftar pertanyaan yang diajukan kemudian diberi skor tertentu. Skor tersebut bergerak antara 1 sampai 5, dengan ketentuan sebagai berikut (Sugiyono, 2018: 167):

Tabel 6 Jawaban Skala Likert

Kriteria	Penilaian	
	Skor Positif	Skor Negatif
A	5	1
B	4	2
C	3	3
D	2	4
E	1	5

5. Kepustakaan (*Library Research*)

kepustakaan merupakan cara pengumpulan data bermacam macam material yang terdapat diruang kepustakaan seperti koran buku-buku majalah, naskah, dokumen dan sebagainya.

Menurut (sugiyono 2018: 291) studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan refrensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, hal ini dikarenakan penelitian ini tidak lepas dari literatur – literatur ilmiah

G. Pengujian instrumen

1. Uji validitas

Pengujian validitas ini di tunjukan untuk melihat suatu hubungan antara masing-masing item pertanyaan pada variabel bebas dan variabel terikat. Butir-butir pertanyaan yang mempunyai factor *loading* yang valid yaitu >0,5 menunjukkan bahwa indiktaor-indikator yang ada merupakan satu kesatuan alat ukur yang mengukur suatu konstruk. Dengan instrument yang valid akan menghasilkan data yang valid pula, atau dapat dikatan juga bahwa jika data yang di hasilkan dari sebuah instrument valid, maka instrument itu juga valid. Selanjutnya peneliti akan menentukan validitasnya berdasarkan formula tertentu, diantaranya korelasi *korelasi product moment* dengan rumus :

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

Keterangan :

r_{xy} hitung	: koefisien korelasi antara variable X dan Y
$\sum X$: jumlah skor item
$\sum Y$: jumlah skor total
N	: jumlah responden
$\sum xy$: hasil perkalian dari total jumlah variable X dan Variabel Y
$\sum x^2$: kuadrat dari total jumlah Variabel X
$\sum y^2$: kuadrat dari total jumlah Variabel Y

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan seluruh respondent sampel, kemudian membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Dengan membandingkan r_{hitung} dari r_{tabel} jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka butir pertanyaan tersebut adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas hanya dapat dilakukan setelah suatu instrument telah di pastikan validitasnya. Uji reabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan, Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menghitung *cronbach's Alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel, suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $cronbach's > 0,60$ dengan rumus:

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

dimana :

r_{11} = reliabilitas instrument/ koefisien reabilitas

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

σb^2 = varians total

H. Pengujian Persyaratan Analisis

1. Uji Normalitas

Menurut pendapat Ghazali (2013:160), bahwa uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak, Uji Normalitas di perlukan untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk menguji data distribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan

program SPSS, yaitu dengan menggunakan Uji normalitas menggunakan metode *kolmogrov-Smirnov* jika hasil angka signifikan (Sig) lebih kecil dari 0.05 maka data tidak terdistribusi normal. Dalam uji *kolmogrov-Smirnov* ini standar pengambilan keputusan ditentukan dengan pedoman keputusan sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikan < 0,05 maka distribusi data tidak normal
- b) Jika nilai signifikan > 0,05 maka distribusi data normal

Hipotesis yang digunakan untuk menyimpulkan keputusan adalah:

Ha : data residual tidak berdistribusi normal

Ho : data residual berdistribusi normal

2. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah data variabel mempunyai hubungan linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *testfor Linearity* dengan pada tingkat signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi *Deviation from Linearity* lebih dari 0,05.

3. Uji Homogenitas

Setelah data diperoleh sudah normal, selanjutnya diuji dengan homogenitas. Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui beberapa varian adalah sama atau tidak. Asumsi yang mendasari dalam analisis varian adalah varian dari populasi sama. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.

I. Pengujian model analisis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel terkait. Persamaan untuk regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

(sumber: Sugiyono, 2017: 192)

Keterangan :

Y = Variabel dependent yang diprediksikan (keputusan pembelian)

X₁ = Variabel independent (Kualitas Produk)

X_2 = Variabel independent(promosi)

X_3 = Variabel independent (saluran distribusi")

a = Harga Konstanta (Harga Y bila $X=0$)

e =error

b_1, b_2, b_3, b_n = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependent yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) maka terjadi kenaikan dan bila (-) maka terjadi penurunan.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t menurut Imam Ghozali (2013:98) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji t signifikan pengaruh variabel bebas (X) secara parsial atau bersama-sama terhadap variabel terikat (Y) yang dapat di hitung:

$$T_{hitung} r = \sqrt{\frac{n \cdot 0,2}{1-r^2}}$$

Dimana :

T = Statistik t derajat ke n-2

O = jenjang koefisien

n = banyaknya pengamatan

Setelah dilakukan uji analisis data dan diketahui hasilnya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} atau dengan melihat signifikan nilai T lebih kecil atau sama dengan 0,05 sehingga ditarik kesimpulan apakah hipotesis (H_0) atau hipotesis *alternative* (H_a) tersebut ditolak atau diterima.

-nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis (H_0) ditolak dan hipotesis (H_a) diterima.

-nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis *alternative* (H_a) ditolak.

3. Uji F

Uji F disebut juga uji signifikan serentak. Pada dasarnya uji F ini menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang diamsukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat (Imam Ghozali, 2013: 98). Uji f ini dapat dilakukan dengan membandingkan antara f_{hitung} dengan f_{tabel} . Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka hipotesis alternatif diterima (layak

digunakan), demikian pula sebaliknya. Taraf nyata yang digunakan adalah sebesar 5%. Dalam penelitian digunakan tingkat signifikansi (α) 0,05 atau 5%. Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak yaitu dilakukan dengan cara menguji nilai F. Apabila nilai F positif berarti hipotesis diterima, jika nilai F negatif maka hipotesis ditolak.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dengan menggunakan rumus:

$$KD : R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : Koefisien Determinasi

R^2 : koefisien korelasi

5. Uji Hipotesis Statistik

Hipotesis Statistik merupakan dugaan atau persyaratan yang perlu di uji kebenarannya. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis penelitian ini adalah:

- a) $H_0: \beta_1 \leq 0$: kualitas produk (X_1) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y)
 $H_a: \beta_1 > 0$: kualitas produk (X_1) berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian (Y)
- b) $H_0: \beta_2 \leq 0$: promosi (X_2) tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian (Y)
 $H_a: \beta_2 > 0$: promosi (X_2) berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian (Y)
- c) $H_0: \beta_3 \leq 0$: saluran distribusi (X_3) tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian (Y)
 $H_a: \beta_3 > 0$: saluran distribusi (X_3) berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian (Y)
- d) $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \leq 0$: kualitas produk (X_1), promosi (X_2), saluran distribusi (X_3) tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian (Y)
- e) $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0$: kualitas produk (X_1), promosi (X_2), saluran distribusi (X_3) tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian (Y)