

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian data lapangan (*field reserch*) dalam bentuk data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, ataupun data kuantitatif yang mendukung penelitian ini. Dan data kepustakaan (*library research*) dalam bentuk buku, modul kuliah, jurnal dan sumber data lainnya. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer yaitu data yang langsung dari sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya dan tidak melalui media perantara. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti melakukan studi langsung untuk mendapatkan data mengenai pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada UMKM Jelsa Parfum Kudus. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.¹

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan individu atau objek yang berada pada suatu wilayah dengan karakteristik khas yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian (pengamatan).² Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti itu.³ Populasi penelitian ini adalah konsumen yang berusia lebih dari 17 tahun dan memiliki *membership* Jelsa Parfum Kudus. *Membership* merupakan program promosi yang dilakukan Jelsa Parfum bagi konsumen yang secara rutin membeli parfum di Jelsa Parfum lebih dari 3 kali. Konsumen yang rutin membeli

¹ Bambang Sudaryana and Ricky Agusiady, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Budi Utama, 2022), 261.

² Arfatin Nurrahmah et al., *Pengantar Statistika 1* (Bandung: Media Sains Indoneisa, 2021), 35.

³ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2014), 61.

dalam dua bulan terakhir saat penelitian dilakukan yaitu sebanyak 200 konsumen.

2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian (sebagian) dari populasi yang diambil sebagai contoh dari populasi bersangkutan.⁴ Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Jelsa Parfum yang berkunjung ke Jelsa Parfum. Dalam penelitian ini sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif.⁵

Dengan diketahui jumlah populasi maka jumlah sampelnya dapat ditentukan dengan rumus atau tabel penentuan jumlah sampel. Hanya saja tidak semua anggota populasi berpeluang menjadi sampel. Peneliti dalam menentukan siapa sampel yang terpilih adalah dengan cara menemui siapa saja yang ditemui pada saat mengumpulkan data.⁶ Penentuan ukuran atau jumlah sampel dengan formula yang dikembangkan oleh Slovin dengan *margin error* yang diperkenankan berkisar 5-10%, yakni dengan rumus:⁷

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

Keterangan :

n : ukuran sampel yang dibutuhkan

N : Jumlah populasi

d : batas kesalahan yang diperkenankan (5% atau 10%).

Bila angka-angka itu dimasukkan dalam rumus maka akan dapat mewakili sampel yang ada. Besarnya sampel konsumen Jelsa Parfum adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

⁴ Abuzar Asra and Slamet Sutomo, *Pengantar Statistika II* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), 11.

⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2018), 78.

⁶ Azuar Juliandi, Irfan, and Saprinal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi* (Medan: UMSU Press, 2014), 57–58.

⁷ Rohmad and Supriyanto, *Pengantar Statistika Panduan Praktis Bagi Pengajar Dan Mahasiswa* (Yogyakarta: Kalimedia, 2016), 131.

$$n = \frac{200}{1 + 200(0,05)^2}$$

$$n = \frac{200}{1 + 0,5} = 133,33 \approx 133$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 133 responden yang merupakan konsumen Jelsa Parfum.

C. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian dapat diklasifikasikan menjadi :

1. Variabel bebas yang diambil peneliti untuk dilakukan penelitian yaitu:
 - a. Harga sebagai X_1
 - b. Promosi sebagai X_2
 - c. Lokasi sebagai X_3
2. Variabel terikat yang diteliti dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Harga (X1)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. ⁸	a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk	a. Harga produk terjangkau. (Prilano, dkk, 2020) b. Harga produk sesuai dengan kualitas produk. (Prilano, dkk, 2020) c. Harga produk mampu bersaing dengan produk parfum yang lain. (Prilano, dkk, 2020)	Likert

⁸ Prilano, Sudarso, and Fajrillah, “Pengaruh Harga, Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada,” 3.

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
			d. Harga produk sesuai dengan manfaat dan hasil yang diinginkan. (Prilano, dkk, 2020)	
Promosi (X2)	Promosi adalah kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. ⁹	a. <i>Advertising</i> (Periklanan) b. <i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan) c. <i>Personal Selling</i> (Penjualan Perseorangan) d. <i>Public Relations</i> (Hubungan Masyarakat) e. Frekuensi promosi	a. Konsumen sering melihat produk melalui postingan media sosial. (Prilano, dkk, 2020) b. Konsumen tertarik produk karena ada diskon atau promo yaitu mendapatkan gratis 1 kali setiap pembelian. (Prilano, dkk, 2020) c. Konsumen tertarik membeli produk karena penawaran langsung dari karyawan. (Prilano, dkk,	Likert

⁹ Prilano, Sudarso, and Fajrillah, 3.

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
			2020) d. Keikutsertaan toko pada beberapa kegiatan masyarakat mampu menarik konsumen untuk membeli. (Prilano, dkk, 2020) e. Toko memberikan sponsor pada suatu event. (Senggetang, dkk, 2019)	
Lokasi (X3)	Lokasi merupakan suatu area yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. ¹⁰	a. Akses b. Visibilitas c. Tempat parkir yang luas d. Kompetisi	a. Lokasi toko mudah dijangkau. (Senggetang, dkk, 2019) b. Lokasi toko dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan atau jarak pandang normal. (Senggetang, dkk, 2019) c. Tempat	Likert

¹⁰ Senggetang, Mandey, and Moniharapon, “Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing),” 882.

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
			parkir toko luas, aman dan nyaman bagi kendaraan roda dua dan juga bagi kendaraan roda empat. (Senggetang, dkk, 2019) d. Lokasi toko jauh dari lokasi pesaing (toko lainnya). (Ratnasari dan Harti, 2018)	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah kegiatan atau perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek. ¹¹	a. Sesuai kebutuhan b. Mempunyai manfaat c. Ketepatan dalam membeli produk d. Pembelian berulang	a. Konsumen melakukan pembelian produk karena produk yang ditawarkan sesuai yang dibutuhkan. (Prilano, dkk, 2020) b. Produk yang dibeli sangat bermanfaat bagi konsumen. (Prilano, dkk, 2020)	Likert

¹¹ Prilano, Sudarso, and Fajrillah, "Pengaruh Harga, Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada," 3.

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
			c. Konsumen membeli produk merupakan pilihan yang paling tepat bagi konsumen. (Prilano, dkk, 2020) d. Konsumen merasa puas dengan produk toko dan akan membeli kembali di masa yang akan datang. (Prilano, dkk, 2020)	

D. Uji Validitas dan Reliabilitas Non Responden

1. Uji Validitas Non Responden

Uji Validitas adalah ketetapan dan ketelitian/kecermatan dalam mengukur suatu variable penelitian yang menggambarkan ketepatan menentukan/memakai alat ukur sesuai dengan variabel yang diukur dan kecermatan penelitian/pengumpul data dalam melakukan pengukuran. Uji validitas adalah keandalan instrumen dalam mengumpulkan data.¹² Uji validitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Non Responden

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,406	0,3061	Valid
	X1.2	0,589	0,3061	Valid
	X1.3	0,395	0,3061	Valid
	X1.4	0,752	0,3061	Valid

¹² Anang Setiana, *Riset Terapan Kebidanan* (Cirebon: Lovrinz Publishing, 2018), 96.

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Promosi (X2)	X2.1	0,737	0,3061	Valid
	X2.2	0,726	0,3061	Valid
	X2.3	0,509	0,3061	Valid
	X2.4	0,602	0,3061	Valid
	X2.5	0,500	0,3061	Valid
Lokasi (X3)	X3.1	0,837	0,3061	Valid
	X3.2	0,667	0,3061	Valid
	X3.3	0,748	0,3061	Valid
	X3.4	0,741	0,3061	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,495	0,3061	Valid
	Y.2	0,399	0,3061	Valid
	Y.3	0,708	0,3061	Valid
	Y.4	0,448	0,3061	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022.

Dari hasil pengujian validitas pada tabel 3.2, kuesioner yang berisi dari 4 variabel ini ada 17 pernyataan yang telah diisi oleh 30 responden pada penelitian ini. Salah satu cara agar bisa mengetahui kuesioner mana yang valid dan tidak valid, maka harus mencari nilai r tabelnya terlebih dahulu. Rumus dari r tabel adalah $df = N-2$ jadi $30-2 = 28$, sehingga r tabel = 0,3061. Dari hasil perhitungan validitas pada tabel 3.2, dapat dilihat bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ ada 17 indikator dinyatakan valid, semua dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih dari r_{tabel} .

2. Uji Reliabilitas Non Responden

Menurut Sekaran, reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.¹³ Hasil dari pengujian reliabilitas pada variabel penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Non Responden

Variabel	Standard Cronbach Alpha	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0,60	0,751	Reliabel
Promosi (X2)	0,60	0,775	Reliabel
Lokasi (X3)	0,60	0,819	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,60	0,747	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2022.

¹³ Duwi Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS* (Jakarta: Mediakom, 2015), 97–98.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel harga, promosi, lokasi dan keputusan pembelian seperti tabel 3.3 di atas bahwa nilai *cronbach's alpha* > 0,60. Disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel harga, promosi, lokasi dan keputusan pembelian semuanya bisa dipercaya atau reliabel.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses atau pengadaan untuk keperluan penelitian dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada responden secara langsung. Pada penelitian ini akan digunakan Kuesioner tertutup, dimana jawaban untuk setiap butir pertanyaan-pertanyaan sudah disediakan. Kuesioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket dengan menggunakan lima alternatif jawaban berdasarkan skala Likert. Jawaban untuk setiap pertanyaan adalah hanya salah satu jawaban yang dipilih responden dari lima alternatif jawaban yang disediakan yaitu: Sangat Setuju (SS) dengan nilai 5; Setuju (S) dengan nilai 4; Netral (N) atau Ragu (R) dengan nilai 3; Tidak Setuju (TS) dengan nilai 2; dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 1.¹⁴

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan untuk mengurai suatu masalah atau fokus kajian menjadi bagian-bagian (*decomposition*). Analisis data didefinisikan sebagai usaha mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik atau ciri-ciri dari data tersebut mudah untuk dimengerti dan berguna dalam rangka untuk memberikan jawaban yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Dengan demikian teknik analisis data dapat diterjemahkan sebagai cara melakukan analisis terhadap data, dengan maksud mengolah data tersebut menjadi suatu informasi, sehingga karakteristik atau ciri-ciri datanya dapat dengan mudah untuk dimengerti serta bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian, baik yang menyangkut dengan deskripsi data maupun membuat induksi, atau menarik kesimpulan tentang karakteristik populasi (parameter) berdasarkan data yang diperoleh dari sampel (statistik). Teknik analisis data ini menggunakan bantuan

¹⁴ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 20–21.

Microsoft Excel dan aplikasi *IBM SPSS Statistics 25*.¹⁵ Adapun model statistik dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang akan dibahas antara lain: uji normalitas residual, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.¹⁶

a. Uji Normalitas Residual

Uji distribusi normal merupakan uji untuk mengetahui dan mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal atau tidak dan apakah data yang diperoleh berasal dari populasi yang berdistribusi normal, sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik (statistik inferensial). Tes-tes parametrik untuk uji normalitas dibangun dari distribusi normal. Jika kita lihat suatu tabel, misalnya tabel t-tes, pembuatannya mengacu pada tabel normalitas. Kita dapat berasumsi bahwa sampel yang diambil benar-benar dapat mewakili populasi, sehingga hasil penelitian kita bisa digeneralisasikan pada populasi. Dalam pandangan statistik, sifat dan karakteristik populasi adalah terdistribusi secara normal. Normalitas data merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi dalam analisis parametrik seperti analisis korelasi pearson, uji beda rata-rata, analisis varian satu arah dan sebagainya.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian terhadap ada tidaknya multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan metode VIF (*Variance Inflation Factor*) adapun kriteria yang digunakan dalam pengujian metode VIF ini yakni meliputi poin berikut: jika $VIF > 10$ terjadi Multikolinearitas tinggi antara variabel bebas dengan variabel bebas yang lain.

c. Uji Heteroskedastisitas

Langsung kedalam praktek dengan melakukan uji glejser di aplikasi SPSS: masih menggunakan variabel *Res_1* yang digunakan uji normalitas sebelumnya, namun variabel ini perlu diubah menjadi nilai mutlak (tidak ada nilai negatif). Transformasi data tersebut dapat dilakukan dengan cara: pilih menu *transform-compute variable*.

¹⁵ Tarjo, *Metode Penelitian Sistem 3X Baca* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 103.

¹⁶ CE Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data Dengan IBM SPSS Statistic 25)* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 108.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Dikatakan regresi linier berganda jika jumlah variabel bebas lebih dari satu. Sedangkan jika jumlah variabel bebas hanya ada satu saja, maka disebut juga dengan regresi linier sederhana.¹⁷ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan lebih dari satu variabel yaitu Harga (X_1), Promosi (X_2), Lokasi (X_3) dan Keputusan Pembelian (Y) serta alat yang digunakan untuk menganalisis informasi regresi linier berganda menggunakan aplikasi IBM Statistics 25. Persamaan regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y = Variabel Dependen (Keputusan Pembelian)
- a = Konstanta
- b1 = Koefisien regresi variabel X_1 (Harga)
- X_1 = Variabel independen (Harga)
- b2 = Koefisien regresi variabel X_2 (Promosi)
- X_2 = Variabel independen (Promosi)
- b3 = Koefisien regresi variabel X_3 (Lokasi)
- X_3 = Variabel independen (Lokasi)
- e = Standar Error

3. Uji F Simultan

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05.¹⁸ Aturan dalam Uji F adalah :

Jika F Hitung > F Tabel → Tolak H_0 , H_1 diterima (Signifikan).

Jika F Hitung < F Tabel → Tolak H_0 , H_1 ditolak (Tidak signifikan).

Nilai Signifikasi :

Jika Sig < 0,05 → Tolak H_0 , H_1 diterima (Signifikan)

Jika Sig > 0,05 → Terima H_0 , H_1 ditolak (Tidak Signifikan).

¹⁷ Hironymus Ghodang and Hantono, *Metode Penelitian Kuantitatif Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi Dan Jalur Dengan SPSS* (Medan: Mitra Grup, 2020), 90.

¹⁸ Lailatus Sa'adah, *Statistik Inferensial* (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2021), 32.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan beberapa aspek dalam arti kata yang lebih jelas. Determinasi akan menerangkan berapa banyak perubahan atau variasi dalam aspek boleh dijelaskan oleh perubahan atau variasi dalam aspek lain. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan variasi variabel bebas yang digunakan dalam model dapat menjelaskan variasi variabel terikat.¹⁹

5. Uji t-(Parsial)

Uji-t digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Tingkat kepercayaan yang digunakan ialah 0.05. Jika nilai signifikan kurang dari tingkat kepercayaan, maka kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.²⁰



¹⁹ Lailatus Sa'adah, *Statistik Inferensial*, 33.

²⁰ Lailatus Sa'adah, *Statistik Inferensial*, 35.