

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Model penelitian dalam penelitian ini menggunakan survei kuantitatif, yang mana data penelitian berisi angka-angka dan dianalisis memakai statistik.<sup>1</sup> Penelitian ini menggunakan metode survei, yang artinya metode penelitian yang digunakan untuk mengambil informasi dari lokasi yang sudah ditentukan dengan kuesioner sebagai alat untuk menggali sebuah data. Metode ini memiliki tujuan untuk mendapatkan informasi tentang subjek yang akan diteliti untuk sebagian besar responden yang diharapkan dapat mewakili populasi.

### B. Populasi dan Sampel

Populasi berisi keseluruhan yang memungkinkan terjadinya sebuah peristiwa dalam suatu perlakuan yang didefinisikan sebagai percakapan.<sup>2</sup> Di sisi lain, menurut Sugiyono, populasi adalah domain umum dari objek atau subjek dengan sifat secara khusus yang telah diputuskan untuk diperiksa sehingga dapat ditarik kesimpulannya.<sup>3</sup> Semua konsumen Syiraas Wardrobe Agen Yogyakarta merupakan populasi dalam penelitian ini.

Teknik untuk memastikan ukuran sampel terbagi menjadi dua bagian, yang pertama, jumlah populasi yang diketahui dan jenis kedua, jumlah populasi yang tidak diketahui. Akan tetapi dikarenakan dalam penelitian ini jumlah populasinya tidak diketahui dengan pasti maka rumus *slovin* digunakan dalam menentukan ukuran sampel dari populasi ini, berikut pemaparannya :

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = ukuran populasi (rata-rata konsumen per bulan 300)

e = taraf kesalahan sebesar 10% (0,1)

maka besarnya sampel yang digunakan yaitu :

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 7.

<sup>2</sup> Hotman Simbolon, *Statistika*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 4.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, 117.

$$n = \frac{300}{1 + 300(0,1)^2} = n = \frac{300}{4} = 75$$

Berdasarkan dari hasil pengolahan tersebut, dapat ditentukan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 75 responden.

**C. Identifikasi Variabel**

Pada dasarnya variabel penelitian mempengaruhi kepribadian seseorang, sifat, nilai, subjek aktivitas, atau sesuatu yang ditentukan untuk ditelaah. Penelitian ini memakai tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang memiliki efek atau menyebabkan munculnya variabel terikat.<sup>4</sup> Harga, produk, dan promosi merupakan variabel bebas dalam penelitian ini.

Sedangkan variabel terikat ialah variabel yang merupakan hasil dari variabel bebas. Keputusan pembelian merupakan variabel terikat dalam penelitian ini.

**D. Variabel Operasional**

**Tabel 3.1**  
**Variabel Operasional**

Variabel	Deskripsi Teoritik	Defiinisi Operasional	Parameter
Harga (X1)	Racmat Syafei : Harga hanya terjadi pada akad, digunakan sebagai pertukaran produk yang diridhai masing-masing pihak yang melakukan akad.	Suatu kesepakatan yang diridhai kedua belah pihak dalam tranksaksi barang atau jasa.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kompetisi harga</li> <li>3. Harga yang sesuai dengan kualitas produk</li> <li>4. Harga yang sesuai dengan manfaat.<sup>5</sup></li> </ol>

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, 39.

<sup>5</sup> Marissa Grace Haque, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Berlian Multitama Di Jakarta”, *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, Vol. 21 No.1 (2020): 33-34.

Produk (X2)	Kotler dan Amstrong : Keseluruhan yang mampu ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dikonsumsi yang mampu memuaskan keinginan.	Sebuah produk harus memiliki kegunaan dan bermanfaat bagi seluruh masyarakat untuk memikat minat pelanggan dalam terjadinya transaksi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Spesifikasi tambahan</li> <li>2. Kesesuaian spesifikasi</li> <li>3. <i>Durability</i></li> <li>4. Estetika</li> <li>5. Keragaman.<sup>6</sup></li> </ol>
Promosi (X3)	Sitiatava Rizema : Komunikasi yang berpengaruh supaya pembeli tertarik akan produk yang ditawarkan dan meningkatkan penjualan.	Menginformasikan dan meyakinkan pembeli dengan mengutamakan kebenaran dan kejujuran untuk membeli produk yang ditawarkan kepada konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keseringan promosi</li> <li>2. Nilai promosi</li> <li>3. Jumlah promosi</li> <li>4. Ketepatan waktu dan media promosi.<sup>7</sup></li> </ol>
Keputusan pembelian (Y)	Kotler : Fase yang dilakukan pembeli sebelum memutuskan pembelian terhadap	Fase pembeli ketika melangsungkan pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan produk</li> <li>2. Kebiasaan dalam membeli produk</li> <li>3. Memberikan rekomendasi kepada orang</li> </ol>

<sup>6</sup> Riyono dan Gigih Erik Budiharja, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati”, *Jurnal STIE Semarang*, Vol.8 No.2 (2016): 99-100.

<sup>7</sup> Vania Senggetang, dkk., “Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado”, *Jurnal EMBA*, Vol.7 No.1 (2019): 882-883.

	suatu produk.		lain 4. Melakukan pembelian ulang. <sup>8</sup>
--	---------------	--	--

**E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai metode dalam mengumpulkan data. Kuesioner adalah alat pengumpulan data primer dengan meminta responden menjawab serangkaian pertanyaan tertulis. Kuesioner merupakan metode yang paling efektif dan efisien dalam memperoleh data ketika pengkaji memahami variabel yang akan diuji dan mengerti apa yang responden harapkan.<sup>9</sup> Dalam penelitian ini, skala likert digunakan untuk pengukuran. Skala likert merupakan sebuah skala yang dapat digunakan dalam mengukur perilaku, konsep, dan sudut pandang individu atau kelompok terhadap suatu peristiwa sosial.<sup>10</sup>

Dalam skala likert, mayoritas dibagi menjadi lima bagian sebagaimana dalam tabel berikut :

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
R	Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

**F. Uji Validitas dan Reliabilitas**

**1. Uji Validitas**

Uji validitas bertujuan dalam mengukur sejauh mana ketepatan sebuah kuesioner. Suatu kuesioner dianggap sah jika pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat

<sup>8</sup> Vania Senggetang, dkk., “Pengaruh Lokasi...: 883.

<sup>9</sup> Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial, Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta: Gaung Persada Group,2008), 77.

<sup>10</sup> J. R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*, (Cikarang: Grasindo, 2010), 112.

menunjukkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Skala pengukuran dapat dinyatakan berguna bila mampu untuk mengukur sebuah data.<sup>11</sup>

Penghitungan uji validitas mulai dari variabel dependen dan variabel independen akan diuji dengan kontribusi dari SPSS atau *Statistical Package for Social Sciences*. Mengenai parameter penilaian uji validitas adalah sebagai berikut :

- a. Jika  $r \text{ hitung} \geq r \text{ table}$  (pada taraf signifikansi 0,05), artinya pengujian dapat dikatakan valid.
- b. Apabila  $r \text{ hitung} \leq r \text{ table}$  (pada taraf signifikansi 0,05), artinya pengujian dikatakan tidak valid.<sup>12</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan indikator bahwa hasil pengukuran yang diperoleh relative stabil bila suatu alat ukur digunakan dua kali atau lebih. Dalam penelitian ini, persamaan koefisien alpha cronbach merupakan metode yang dipakai dalam menguji reliabilitasnya. Menemukan kuesioner dengan bantuan program SPSS. Apabila nilai Cronbach's alpha  $> 0,60$ , maka kuesioner dapat dianggap reliabel.

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Kami menggunakan uji normalitas dalam menentukan apakah data survei yang kami peroleh terdistribusi normal. Model regresi yang baik, adalah model regresi yang memiliki nilai residual normal. Dalam penelitian ini, normal probability plot digunakan dalam menguji normalitasnya. Model regresi dapat dikatakan berdistribusi normal apabila data menyebar secara diagonal, dan asumsi normalitas dapat dipenuhi.<sup>13</sup>

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dapat dihitung dengan koefisien korelasi berganda dan membandingkannya dengan koefisien korelasi antar variabel independen. Hal ini juga dipakai dalam menentukan kekeliruan standar perkiraan corak dalam penelitian.

---

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi "Mixed Methods"*, (Bandung: Alfabeta 2016), 168.

<sup>12</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian...*, 46.

<sup>13</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, (Semarang, BP Universitas Diponegoro, 2013) 52.

Nilai Variance Inflation Factor <10 dan nilai Tolerance >0,1 menunjukkan tidak ada multikolinearitas, begitupun sebaliknya.<sup>14</sup>

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Varian tidak seragam berarti ketidaksamaan dalam model varians dari masing-masing variabel. Salah satu metode untuk menentukan apakah ada persoalan distribusi yang tidak seragam adalah uji Glejser. Pengujian ini menyarankan untuk melakukan regresi pada nilai absolut residual dari variabel bebas.<sup>15</sup> Hasil ujinya dapat diketahui dari melihat nilai signifikansinya, apabila >0,05 menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

**2. Uji Hipotesis**

**a. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk dapat mengerti seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk mengetahuinya, gunakan rumus berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

- Y : variabel dependen
- a : intersept (konstanta)
- b<sub>1</sub>,b<sub>2</sub>,b<sub>3</sub> : koefisien regresi
- X<sub>1</sub>,X<sub>2</sub>,X<sub>3</sub> : variabel independen

**b. Uji Parsial**

Uji-t merupakan salah satu test statistik yang dipergunakan untuk menguji apakah variabel bebas memiliki pengaruh tunggal terhadap variabel terikat, dengan tingkat signifikansi 0,05. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka variabel bebas dapat dikatakan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat.<sup>16</sup> Apabila T<sub>hitung</sub> > T<sub>tabel</sub> menunjukkan bahwa adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara individu, begitupun sebaliknya.

**c. Uji Simultan**

Uji F statistik digunakan dalam mencari pengaruh secara stimultsan atau bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Di bawah kondisi berikut:

---

102. <sup>14</sup> Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, (Jakarta: Rajawali, 2016)

<sup>15</sup> Imam Gunawan, *Pengantar Statistika...*, 103.

<sup>16</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis...*, 99.

- 1) Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan taraf signifikan  $< 0,05$  dapat dikatakan variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara simultan.
- 2) Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dengan taraf signifikan  $> 0,05$  dapat dikatakan variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y secara simultan.

#### **d. Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan dalam menguji sejauh mana SPSS dapat menunjukkan kemampuan suatu variabel bebas untuk menguraikan variabel terikat. Koefisien determinasi ada dalam model ringkasan dan disebut sebagai  $R^2$ . Jika nilai  $R^2$  kecil, maka kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan variabel terikat sempit.<sup>17</sup>



---

<sup>17</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis...*, 98.