

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian atau rancangan penelitian merupakan suatu rancangan yang dapat menuntun peneliti untuk memperoleh jawaban terhadap pertanyaan penelitian. Pada hakekatnya desain penelitian merupakan suatu wahana untuk mencapai tujuan penelitian, yang juga berperan sebagai rambu-rambu yang menuntun peneliti dalam seluruh proses penelitian. Dalam garis besarnya, desain penelitian memiliki dua kegunaan yang amat penting dalam suatu proses penelitian, yakni:

1. Sarana bagi peneliti untuk memperoleh jawaban terhadap pertanyaan penelitian.
2. Merupakan alat bagi peneliti untuk mengendalikan atau mengontrol variabel yang berpengaruh dalam suatu penelitian.

Desain penelitian membantu peneliti untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan peneliti yang obyektif, akurat, serta hemat. Desain penelitian harus disusun dan dilaksanakan dengan penuh perhitungan agar dapat memperhatikan bukti empiris yang kuat relevansinya dengan pertanyaan penelitian. Desain yang direncanakan dengan baik sangat membantu peneliti

untuk mengandalkan observasi dan intervensi, serta untuk melakukan inferensi atau generalisasi hasil penelitian.

3.2 Tempat dan Waktu

Dalam penyusunan penelitian ini, maka penulis melakukan penelitian pada Ordner merek Bambi yang nama perusahaannya yaitu di PT.Bambi yang terletak di jalan Kalisari 1 no.27 Surabaya. Alasan memilih obyek tersebut adalah dengan pertimbangan bahwa penulis berdomisili dikota yang sama yaitu di Surabaya, sehingga mempermudah dalam perolehan data serta waktu, tenaga dan biaya dapat digunakan se efisien mungkin.

Waktu pengumpulan data dalam penelitian ini direncanakan berlangsung selama bulan Mei 2017.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Ada dua jenis data yang berdasarkan sumbernya yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan hasil yang diteliti. Data primer dihasilkan dalam penelitian ini merupakan tanggapan responden terhadap variabel-variabel penelitian yang akan diuji. Data ini didapat dari sampel yang telah ditentukan sebelumnya.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari penelitian kepustakaan atau literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti. Data yang dihasilkan terutama dengan data statistik penjualan Ordner merek Bambi.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang membentuk peristiwa hal atau orang yang membentuk karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Populasi penelitian ini adalah orang yang membeli dan menggunakan Ordner merek Bambi di Surabaya pusat.

3.4.2 Sampel

Untuk melakukan sebuah penelitian, tidak harus diteliti keseluruhan anggota populasi yang ada. Sampel adalah subset dari populasi atau beberapa anggota dari populasi yang diamati (Ferdinand, 2006).

Pada penelitian ini, populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui. Penentuan jumlah sampel menurut (Ferdinand, 2006) ada beberapa pedoman umum dalam menentukan sampel

penelitian, salah satunya apabila dalam penelitian multivariate (termasuk penelitian yang menggunakan analisis regresi multivariate) besarnya sampel ditentukan sebanyak 25 kali variabel independen. Dengan demikian sampel minimal untuk penelitian ini yang memiliki variabel independen sebanyak 3 adalah $3 \times 25 = 75$ orang. Dalam penelitian ini akan digunakan jumlah sampel sebanyak minimal 75 responden. Untuk mendapatkan estimasi dan interpretasi yang baik dari penelitian ini maka sampel yang diteliti ditetapkan sebanyak 100 responden.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah menggunakan penelitian sensus. (Arikunto, 1998;125) mengatakan bahwa ancer-ancer, jika peneliti mempunyai beberapa ratus subyek dalam populasi, mereka dapat menentukan kurang lebih 25% - 30% dari jumlah subyek tersebut. Jika jumlah anggota subyek dalam populasi hanya meliputi diantara 100 hingga 150 orang dan dalam pengumpulan data peneliti menggunakan angket / kuesioner, sebaiknya subyek sejumlah itu diambil seluruhnya. Sehingga dapat dikatakan sebagai penelitian sensus.

Mengenai sensus (Ruslan, 2008;142) mengatakan bahwa alasan melakukan sensus, yaitu peneliti sebaiknya mempertimbangkan untuk meneliti seluruh elemen-elemen dari populasi, jika elemen populasi relatif sedikit dan variabilitas setiap elemennya yang tinggi (heterogen). Berdasarkan pendapat Arikunto dan Ruslan tersebut, peneliti menggunakan penelitian sensus yaitu mengambil

sampel penelitian sensus yaitu mengambil sampel penelitian secara keseluruhan yang berjumlah 100 responden.

3.5 Teknik Pengambilan data

Dalam usaha untuk mendapatkan data yang dibutuhkan metode yang digunakan adalah :

1. Kuesioner

Metode ini dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan yang bersifat tertutup dan terbuka kepada responden. Pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tertutup diukur dengan menggunakan skala dengan interval 1-5, dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

2. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan pengamatan dan pencatatan gejala yang ada pada daerah penelitian, kegunaan untuk memperoleh data primer dan sekunder. Data-data yang diambil dalam kegiatan observasi ini diantaranya data mengenai produk dan harga.

3. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi dimana sang pewawancara melontarkan pertanyaan-pertanyaan untuk dijawab oleh orang yang diwawancarai.

3.6 Devinisi Variabel dan devinisi Operational

3.6.1 Variabel Penelitian

Pengertian dari variabel penelitian adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai (Uma Sekaran,2006).

Didalam penelitian ini dikembangkan dua jenis variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006). Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

1. kualitas produk
2. Promosi Penjualan
3. Persepsi Harga

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti (Ferdinad, 2006). Nilai variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen biasa dilambangkan dengan (Y)

Variabel terikat yaitu keputusan pembelian konsumen terhadap Ordner merek Bambi (Y).

3.6.2 Definisi Operational Variabel

Definisi operational variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operational yang diperlukan untuk mengukur variabel (Sugiyono, 2004). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dilambangkan dengan X, sedangkan variabel dependen dilambangkan dengan Y. Dan masing-masing variabel memiliki definisi indikator empiris (IE). Variabel-variabel, definisi operational, indikator empiris, dan pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.6

Definisi Operational Penelitian

Variabel	Definisi Operational	Indikator	Pengukuran
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk (Kotler, 2002)	<ul style="list-style-type: none"> - Sesuai kebutuhan - Pencarian informasi - Perencanaan pembelian - Keyakinan 	Menggunakan skala interval 1-5 dengan teknik setuju dan tidak setuju

<p>Kualitas Produk (X1)</p>	<p>Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan / tersirat</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Produk variatif - Kondisi bagus - Kemudahan pengopersian - Perawatan yang mudah 	<p>Menggunakan skala interval 1-5 dengan teknik setuju dan tidak setuju</p>
<p>Promosi Penjualan (X2)</p>	<p>Promosi penjualan adalah kegiatan komunikasi antara perusahaan dan konsumen sebagai usaha untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian sesuai keinginan dan kebutuhannya. Promosi sebagai suatu kegiatan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Informasi banyak - Mudah diingat - Pesan mudah dipahami 	<p>Menggunakan skala interval 1-5 dengan teknik setuju dan tidak setuju</p>

	<p>yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen agar membeli. (Philip Kotler, 1997;142)</p>		
<p>Persepsi Harga (X3)</p>	<p>Persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi mereka. Pada saat konsumen melakukan evaluasi dan penelitian</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Keterjangkauan harga - Daya saing harga - Harga sesuai manfaat - Kesesuaian harga 	<p>Menggunakan skala interval 1-5 dengan teknik setuju dan tidak setuju</p>

	<p>terhadap harga dari suatu produk sangat dipengaruhi oleh perilaku dari konsumen itu sendiri (Paul Peter dan Jerry Olson, 2000: 228)</p>		
--	--	--	--

3.6.3 Skala Pengukuran

Variabel-variabel tersebut diukur dengan menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang dipakai untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang/sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2004). Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert 1-5 dengan keterangan sebagai berikut :

Sangat setuju	SS	diberi skor 5
Setuju	S	diberi skor 4
Cukup setuju	CS	diberi skor 3
Tidak setuju	TS	diberi skor 2
Sangat tidak setuju	STS	diberi skor 1

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu metode atau cara yang bisa dipakai oleh peneliti dalam pengumpulan data. Teknik yang dapat menuntukan kata yang abstrak dan juga tidak diwujudkan dalam bentuk benda, namun hanya bisa dilihat pemakaiannya melalui angket, wawancara, pengamatan, ujian (tes), dokumentasi, dan lain sebagainya.

Untuk menguji kebenarannya hipotesis dan untuk memecahkan permasalahan yang ada dalam penelitian digunakan teknik analisis data sebagai berikut.

3.7.1 Analisis Data Kualitatif

Metode penelitian data yang digunakan dengan berdasarkan hasil tabulasi dari data-data yang dikumpulkan, kemudian diprosentasikan dan dikumpulkan berdasarkan teori yang telah dipelajari dan berdasarkan kondisi

permasalahan yang dihadapi. Analisis ini digunakan untuk menjelaskan tentang karakteristik responden.

3.7.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkatan kevaliditasan suatu instrumen (Arif Kunto, 2002). Untuk mengetahui validitas tiap item dari instrumen dengan menggunakan rumus korelasi dikemukakan oleh Pearson yang dikenal dengan rumus korelasi produk momen, yaitu :

$$\text{Rumus } R_{xy} = \frac{N \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(N \cdot \sum x^2) - (\sum x)^2\} \{(N \cdot \sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

R_{xy} = Korelasi product moment pearson item dengan soal

$\sum x$ = Total nilai keseluruhan subyek per item

$\sum y$ = Total nilai per subyek

N = Jumlah Subyek

Nilai korelasi (r) dibandingkan dengan angka kritis dalam tabel korelasi.

Untuk menguji koefisien korelasi ini digunakan level of significant = 5% jika

$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka pernyataan berikut valid.

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sb sejauh mana alat ukur relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data.

Untuk menguji reliabilitas angket dalam penelitian ini digunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach* dengan rumus :

$$r = \frac{K}{K - 1} \left(1 - \frac{\sum a^2 b}{a^2 1} \right)$$

Keterangan :

r : Realiabilitas instrumen

k : Banyaknya pertanyaan

$\sum a^2 b$: Jumlah varian butir

$a^2 1$: Varian total

(Arikunto, 2002:154)

Instrumen dianggap reliabel jika nilai alpha minimal 0,06 (Anwar, 2010:154).

3.7.2 Analisis Data Kuantitatif

Metode analisis data ini menggunakan rumus-rumus statistik yang ada relevansinya dengan permasalahan yang ada. Data kuantitatif dianalisis dengan menggunakan metode

3.7.2.1 Analisis Regresi

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Dimana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi, dan Persepsi harga terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda (*multiple regresional analisis*).

Regresi berganda dilakukan terhadap model lebih dari satu variabel bebas, untuk diketahui pengaruhnya terhadap variabel terikat (Santoso,2000). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan

pembelian terhadap Ordner merek Bambi, sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah kualitas produk, promosi, dan persepsi harga. Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2004) :

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

Y : keputusan Pembelian

X1 : variabel Kualitas produk

X2 : variabel Promosi Penjualan

X3 : variabel Persepsi harga

a : Konstanta

b1 : koefisien regresi variabel kualitas produk

b2 : koefisien regresi variabel promosi penjualan

b3 : koefisien regresi persepsi harga

e : error

3.7.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

3.7.2.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berganda (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati 1 satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui presentase Perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).

3.7.2.4 Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Uji koefisien determinasi berganda ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Rumus dari Uji koefisien determinasi berganda (Supranto, 2000:191) adalah :

$$R^2 = \frac{SSR \text{ (Jumlah Kuadrat Regresi)}}{SSR \text{ (Jumlah Kuadrat Total)}} \text{ atau}$$

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

X = Kualitas produk, promosi penjualan, dan Persepsi harga

Y = Keputusan konsumen untuk membeli

B_0 = Konstanta adalah nilai Y jika variabel bebas konstan

3.8 Proses Pengolahan Data

Setelah memperoleh data yang diperlukan maka proses pengolahan data yang dilakukan adalah :

1. Editing data

Editing data adalah proses meneliti hasil survey untuk meneliti apakah ada respon yang tidak lengkap atau membingungkan proses dimana peneliti melakukan klarifikasi, konsistensi, dan kelengkapan data yang sudah terkumpul.

2. Coding

Coding yaitu memberikan kode atau nomor urut pada kuesioner yang telah terisi dan tersekeksi untuk selanjutnya ditabulasikan.

3. Tabulating

Tabulating adalah menyusun data-data yang telah diseleksi dan memasukkannya ke dalam tabel untuk proses analisa lebih lanjut.

4. Verifikasi

Verifikasi adalah pencocokan atau penyesuaian data yang telah terkumpul untuk memastikan keabsahan data dalam analisa data.

3.9 Teknik Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui signifikansi dari hipotesa dalam penelitian ini maka perlu dilakukan beberapa uji sebagai berikut :

3.9.1 Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi variasi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X_1, X_2, X_3 benar-benar berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (keputusan pembelian). (Ghozali, 2006), yaitu dengan merumuskan hipotesis sebagai berikut :

- a. $H_0 = b = 0$, maka variabel X tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y
- b. $H_1 = b > 0$, maka variabel X mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y

Hasil uji t nantinya akan memperoleh pengaruh :

1. Pengujian dilakukan dengan menentukan level of significance yang ditetapkan sebesar 5% dengan tingkat kebebasan (df) sebesar $n-k-1$
2. Merumuskan hipotesis sebagai berikut :
 - a. $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga secara parsial variabel X mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.
 - b. $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga secara parsial variabel X tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

3.9.2 Uji F

Uji F sering pula disebut dengan uji analisis ragam atau ANOVA (*Analysis of Variance*). Sama dengan uji t, uji F juga digunakan untuk mencari perbedaan antara nilai rata-rata atau nilai kelompok data.

Dalam perkembangan uji F sering digunakan dalam rancangan percobaan (*experimental design*) karena selain dapat menganalisis perbedaan kelompok juga dapat menganalisis bagaimana pengaruh perlakuan terhadap kelompok-kelompok tersebut. Uji F juga sering digunakan dalam analisis regresi untuk melihat kemampuan variabel bebas secara menyeluruh menjelaskan keragaman variabel terikat.

Untuk mengetahui signifikansi sebuah tafsiran parameter secara bersama artinya seberapa besar pengaruh variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y secara bersama-sama.

$$F: \frac{R^2/k}{(1-R)/(n-k-i)}$$

Keterangan :

R^2 : koefisien regresi dikuadratkan

K : jumlah variabel independen

n : jumlah sampel

F : t_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

Kriteria yang digunakan uji F adalah sebagai berikut :

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H1 diterima dan Ho ditolak
2. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H1 ditolak dan Ho diterima