

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian ini menggunakan Pendekatan Kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2018) pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistic, dengan tujuan menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian kuantitatif ini terdapat 4 variabel, yaitu Harga, Promosi, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.

#### **3.2. Lokasi dan Rencana Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Stan Artomoro Store yang berada di Pasar Malam Kodam Brawijaya, Jl. Raden Wijaya No.2, Sawunggaling, Kec. Wonokromo, Kota SBY, Jawa Timur 60242, Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada semua konsumen yang telah melakukan pembelian produk dari Artomoro Store.

Rencana penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Januari 2021 sampai dengan bulan April 2021.

#### **3.3. Populasi dan Sampel**

##### **3.3.1. Populasi**

Menurut (Sugiyono, 2018) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah melakukan pembelian dan masih melakukan pembelian produk pakaian di Stan Artomoro Store, Pasar Malam Kodam Surabaya.

##### **3.3.2. Sampel**

Pengertian Sampel menurut (Sugiyono, 2018) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *Probability Sampling* tepatnya *Simple Random*

*Sampling* , yaitu adalah metode pengambilan sampel acak sederhana, metode ini yang dapat diandalkan untuk memperoleh informasi dimana setiap anggota populasi dipilih secara acak, dengan kebetulan. Setiap individu memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih menjadi bagian dari sampel.

Karena jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan sampel yaitu dengan menggunakan Rumus Cochran sebagai berikut (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini , tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95%, dengan nilai  $z^2$  adalah 1,96 dan margin of error sebesar 10% dan peluang salah dan benar diasumsikan sebesar 50%. Maka jumlah sampel yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$
$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$
$$n = 96,04 = 97 \text{ orang}$$

Keterangan :

n = Sampel

$z^2$  = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel

p = Peluang benar (1-p)

q = Peluang salah (1-q)

$e^2$  = Margin of error

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian ini adalah 97 responden.

### 3.4. Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2013) pengertian variabel penelitian adalah :

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang bisa berbentuk apa saja, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian terdiri dari : Variabel bebas dan variable terikat.

“ Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terikat). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas”. (Sugiyono, 2013)

Pada penelitian ini yang menjadi variable bebas / independen adalah :  
Harga (X1) , Promosi (X2) , Kualitas Produk (X3)

Serta yang menjadi variable terikat / dependen adalah :  
Keputusan Pembelian (Y)

### **3.5. Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif karena dalam mengumpulkan informasi menggunakan kuisioner secara langsung yang disebarkan kepada konsumen Artomoro Store Surabaya.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

##### 1) Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah metode penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018).

### 3.3.2. Sumber Data

#### - Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2013) yang dimaksud data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Data yang diambil dengan cara menyebarkan kuesioner diberikan kepada konsumen (wanita) produk pakaian Artomoro Store di Pasar Malam Kodam, Surabaya.

#### - Data Sekunder

Menurut (Sugiyono, 2013) Sedangkan data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dengan mempelajari buku-buku literatur dan sumber-sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti. Data ini merupakan data yang berhubungan secara langsung dengan penelitian yang dilaksanakan dan bersumber dari dalam informasi di Artomoro Store Surabaya.

### 3.6. Definisi Operasional Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2015, h.38) adalah suatu atribut dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkan data.

Dalam penelitian ini, definisi operasional variabelnya adalah sebagai berikut :

Table 3. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Item Kuesioner	Skala
Harga ( X1)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk ( barang atau jasa ), atau jumlah nilai	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing	1. Harga Pakaian Artomoro Store terjangkau di pasaran 2. Harga Pakaian Artomoro Store sesuai dengan kualitas produknya 3. Harga Pakaian	Likert

	yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut ( Kotler , Armstrong (2001))	harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Artomoro Store dapat bersaing dengan harga pakaian toko lain  4. Harga Pakaian Artomoro sesuai dengan manfaat yang di peroleh konsumen	
Promosi (X2)	Promosi merupakan salah satu bentuk upaya yang dilakukan perusahaan dalam berinteraksi dengan pelanggan atau berkomunikasi dengan calon pelanggan. (Rusmini (2013) )	1. Frekuensi Promo 2. Kualitas Promosi 3. Kuantitas Promosi 4. Waktu Promosi 5. Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi	1. Pakaian Artomoro mengalami frekuensi promo penjualan yang baik 2. Pakaian Artomoro memiliki kualitas promosi yang menarik 3. Pakaian Artomoro memberikan kuantitas promosi yang menguntungkan konsumen 4. Pakaian Artomoro dalam waktu promosinya bersifat konsisten 5. Pakaian Artomoro dalam kesesuaian sasaran promosi dinilai tepat ( seperti pakaian yang di promosikan selalu tepat dengan konsumen wanita terutama remaja )	Likert

Kualitas Produk (X3)	Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Kotler dan Amstrong: 2012)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja (Performance)</li> <li>2. Reabilitas (Realibility)</li> <li>3. Keawetan (Durability)</li> <li>4.Konsistensi (Consistency)</li> <li>5. Estetika (Aesthetic)</li> <li>6.Persepsi Kualitas (Perceived Quality)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pakaian Artomoro mudah digunakan</li> <li>2. Pakaian Artomoro mampu memberikan fungsi untuk melindungi badan</li> <li>3. Pakaian Artomoro memiliki kualitas yang bagus, sehingga bisa digunakan untuk waktu yang cukup lama</li> <li>4. Pakaian Artomoro dirasa konsisten dalam bersaing dengan pakaian toko lain</li> <li>5. Pakaian Artomoro memiliki kesan mewah dan trendy sewaktu digunakan</li> <li>6. Pakaian Artomoro memberikan kualitas yang bagus, sehingga dapat memuaskan persepsi kualitas bagi konsumen</li> </ol>	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen dalam	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Kemantapan pada sebuah produk</li> <li>b. Kebiasaan dalam membeli dan menggunakan produk</li> <li>c. Pengevaluasian terhadap produk</li> <li>d. Memberi rekomendasi kepada orang</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Setelah melihat dan berpikir tentang produk pakaian Artomoro, saya merasa yakin untuk membeli produk tersebut</li> <li>2. Bagi kebanyakan wanita, sudah menjadi kebiasaan untuk membeli pakaian, karena pakaian menjadi faktor yang penting. Maka Pakaian</li> </ol>	Likert

	memutuskan sebuah produk yang dianggap menjadi solusi dari kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut ( Kotler (2002)	lain e. Melakukan pembelian ulang	<p>Artomoro memberikan solusi yang terbaik</p> <p>3. Setelah melakukan pembelian, konsumen akan lebih teliti dalam memperhatikan detail produk pakaian Artomoro. Karena hal ini menjadi acuan terhadap kelayakan produk tersebut</p> <p>4. Apabila produk pakaian Artomoro sesuai dengan kebutuhan dan persepsi konsumen. Maka konsumen secara tidak langsung juga akan memberikan rekomendasi kemana kerabat atau lingkungannya</p> <p>5. Dan apabila konsumen puas dengan detail produk pakaian Artomoro, maka konsumen akan melakukan pembelian yang berulang</p>	
--	--	--------------------------------------	--	--

(Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021)

### 3.7. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam skripsi ini dilakukan dengan menggunakan beberapa cara sebagai berikut :

#### a. Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2018) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pemilihan teknik kuesioner dalam penelitian ini agar dapat memperoleh data yang akurat secara langsung dari responden. Tipe kuesioner dalam penelitian ini yaitu kuesioner tertutup karena pertanyaan yang diajukan sudah terdapat alternative jawaban sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang sesuai dengan responden.

Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini , meliputi :

- Identitas Responden : Jenis kelamin dan usia
- Data dari jawaban responden yang berhubungan dengan variable yang mempengaruhi keputusan pembelian

### 3.8. Jenis Skala Pengukuran

Teknik skala dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variable penelitian (Sugiyono, 2018) .

Table 4. Skala Likert

Deskripsi	Skala	Simbol
Sangat Setuju	5	SS
Setuju	4	S
Cukup Setuju	3	CS
Tidak Setuju	2	TS
Sangat Tidak Setuju	1	STS



### **3.9. Teknik Analisis Data**

#### **3.9.1. Uji Validitas dan Reabilitas**

##### **3.9.1.1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya penelitian. Suatu penelitian dikatakan valid apabila pertanyaan pada penelitian tersebut mampu menunjukkan sesuatu yang ingin diukur oleh penelitian tersebut. Uji validitas dilakukan dengan menghitung antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor. Setiap korelasi dianggap signifikan apabila menghasilkan korelasi di atas 0,05, ( menurut Ghozali, 2016) dalam jurnal (Adnan, 2018).

##### **3.9.1.2. Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas Setiap pengujian kehandalan ditunjukkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Tinggi .Untuk menilai kehandalan kuisioner yang digunakan, maka dalam penelitian ini uji reliabilitas berdasarkan Croanbach Alpha. Menurut Ghozali (2016) menyatakan bahwa koefisien yang dapat diterima adalah di atas 0,60. (Adnan, 2018)

#### **3.9.2. Uji AsumsiKlasik**

##### **3.9.2.1 Uji Normalitas**

Menurut Ghozali 2016, Uji normalitas digunakan untuk menguji mengenai metode regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menguji apakah distribusi variabel pengganggu atau residual normal ataukah tidak, maka dapat dilakukan analisis grafik atau dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal.(Adnan, 2018)

##### **3.9.2.2 Uji Multikolinearitas**

Pengujian ini bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan linear yang sempurna antara semua variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas berkorelasi, maka

variabel ini orthogonal (Ghozali 2016). Pengujian multikolonieritas dapat dilakukan dengan melakukan nilai tolerance atau lawannya variance inflation faktor (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel lainnya.

Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena  $VIF=1/tolerance$ ) dan menunjukkan adanya kolinieritas yang tinggi. Nilai cut off yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10 (Ghozali, 2016). (Adnan, 2018)

### 3.9.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016), menyatakan bahwa pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual suatu pengamatan dengan pengamatan lainnya.

Korelasi spearman rho adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji dugaan tentang adanya hubungan antara variabel apabila datanya berskala ordinal (ranking) atau berskala rasio/interval namun tidak memenuhi asumsi normalitas.

## 3.9.3. Uji Hipotesis

### 3.9.3.1 Uji T (Parsial) PRO PATRIA

Uji T digunakan menguji signifikasi pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Fauzan dan Nuryana (2014) mengungkapkan bahwa dalam menentukan Uji T adalah nilai thitung > dari t tabel. (Kumala & Anwar, 2020)

### 3.9.3.2 Uji F (Simultan)

Pengujian variabel secara simultan atau serempak (Uji F) dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat atau dependen (Ghozali 2005:84). Pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan ketentuan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha < 0,05$  dengan taraf kepercayaan 95%. Maka

menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  dan sebaliknya jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha > 0,05$  maka menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$ . (Adnan, 2018)

#### 3.9.4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel independen atau lebih dengan satu variabel dependen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Variabel independen dilambangkan dengan  $X_1, X_2, X_3 \dots X_n$  sedangkan variabel dependen dilambangkan dengan  $Y$ . (Duwi Priyatno, 2016:92)

Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Dimana :

- $Y$  = variabel Keputusan Pembelian
- $\alpha$  = konstanta
- $\beta_1$  = koefisien regresi variabel Harga
- $X_1$  = variabel Harga
- $\beta_2$  = koefisien variabel Promosi
- $X_2$  = variabel kualitas Promosi
- $\beta_3$  = koefisien variabel Kualitas Produk
- $X_3$  = variabel Kualitas Produk

#### 3.9.5. Uji Koefisien ( $R^2$ )

Koefisiensi determinasi ( $R$  square) merupakan metode yang digunakan untuk beberapa jauh kemampuan modal dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisiensi determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai ( $R$  square) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen sangat terbatas (Ghozali, 2012). (Nurhayati, 2017)