

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu metode kuantitatif dimana Sugiyono (2015) mengatakan metode kuantitatif gunanya adalah untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis dapat bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Suharsimi Arikunto (2006) mengatakan bahwa metode kuantitatif artinya penelitian yang dilakukan untuk menentukan ada tidaknya hubungan yang menyangkut antara hubungan aspek-aspek yang diteliti dengan menggunakan koefisien korelasi statistik, untuk membandingkan hasil pengukuran dua data atau lebih variabel yang berbeda agar dapat menentukan tingkat hubungan antara variabel-variabel yang menjadi aspek penelitian.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif untuk mengetahui pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian Fashion Maternal Disaster Malang, dimana masalah yang didapat peneliti gambarkan berdasarkan situasi dan kejadian yang sedang terjadi pada keputusan pembelian konsumen

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.1.1 Populasi**

Populasi ialah sebuah generalisasi dari beberapa objek atau subjek yang memiliki mutu serta karakter yang telah peneliti tentukan yang kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulan (Riduwan, 2010). Disini Populasi yang digunakan adalah Mahasiswa Jurusan Akuntansi 2019 sebanyak 52 orang dan Mahaswa Jurusan Manajemen sebanyak 76 orang, jadi total populasi yang digunakan adalah sebanyak 128 orang.

### 3.1.2 Sampel

Sampel ialah sebagian ciri dari jumlah yang dipunyai oleh populasi, ketika populasi jumlahnya banyak serta populasi tidak bisa memahami seluruh dari bagian populasi seperti contoh dikarenakan tenaga dan waktu serta keterbatasan dana hingga selanjutnya peneliti bisa mengambil sampel yang bisa diambil dari populasi (Sugiyono, 2015). Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan desain pemilihan sampel secara simple random sampling, ialah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa mencermati strata yang terdapat dalam populasi.

Untuk perhitungan sampel, peneliti menggunakan Teknik Slovin dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah Responden yang dicari

N = Jumlah Nasabah

e = Persentase kelonggaran ketidakpastian karena kesalahan

Perhitungan penentuan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{128}{1 + 128 \times (0,05)^2}$$

$$n = \frac{128}{1 + 128 \times (0,05)^2}$$

$$n = \frac{128}{1 + 128 \times (0,0025)}$$

$$n = \frac{128}{1 + 0,32}$$

$$n = \frac{128}{1,32}$$

$$n = 96,9$$

Dari perhitungan diatas, maka sampel yang akan digunakan dalam penelitian kali ini adalah sebanyak 96-97 orang yang akan digunakan sebagai sampel penelitian.

### **3.3 Variabel, Operasionalisasi dan Pengukuran**

#### **3.3.1 Variabel dan Operasional**

Variabel merupakan sifat yang mempunyai berbagai nilai, atau biasanya digunakan sebagai simbol yang dapat menempatkan angka ataupun nilai. Menurut Sugiyono, variabel penelitian merupakan alat atau sifat atau nilai dari orang, tempat, atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel variabel yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah:

a. *Independent variable* (Variabel X)

Variabel bebas atau *independent variable* merupakan suatu variabel yang memengaruhi *dependent variable* (terikat). Dalam hal ini variabel bebasnya adalah Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), dan Lokasi (X4).

- 1) Kualitas produk adalah penilaian konsumen baik buruknya kualitas produk yang memiliki indikator sebagai berikut: (1) Kualitas bahan baku, (2) Kebersihan produk, (3) Rasa nyaman, (4) Menarik atau tidaknya tampilan produk

- 2) Harga

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk tersebut. Memiliki indikator sebagai

berikut : (1) Terjangkau atau tidaknya harga, (2) Kesesuaian harga dengan rasa nyaman saat dipakai, (3) Persaingan harga, (4) Kesesuaian antara harga dengan kualitas.

### 3) Promosi

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan agar produk lebih dikenal dan dapat meningkatkan penjualan. Memiliki Indikator sebagai berikut : (1) Promosi Melalui Media Cetak, (2) Promosi Melalui media Elektronik, (3) Promosi Langsung melalui tatap muka, (4) Demonstration, (5) *Presentation*, (6) *Event*.

### 4) Lokasi

Lokasi adalah tempat berlangsungnya suatu usaha yang memiliki indikator sebagai berikut : (1) Ketersediaan lahan parkir, (2) Kedekatan lokasi dengan pusat keramaian, (3) Keadaan lingkungan sekitar, (4) Kenyamanan lingkungan.

## b. *Dependent variable* (Variabel Y)

Variabel terikat atau *dependent variable* merupakan hasil dari adanya variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah keputusan pembelian fashion maternal disaster malang (Y).

Keputusan pembelian adalah sebuah keputusan yang diambil oleh konsumen untuk membeli sebuah produk dengan pertimbangan berbagai alasan terlebih dahulu. Adapun indikator yang memengaruhi, sebagai berikut: (1) Pengenalan Kebutuhan, (2) Pencarian informasi, (3) Evaluasi alternatif, (4) Keputusan Pembelian, (5) Perilaku Pasca Pembelian.

### 3.3.2

#### **Pengukuran Variabel**

Adapun yang menjadi skala pengukuran dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Menurut Sugiyono (2010) skala likert adalah “alat ukur yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Menurut Sugiyono (2013) “ skala likert juga disebut *summated rating scale*, merupakan tehnik pengukuran sikap yang paling luas yang digunakan dalam riset pemasaran, skala ini memungkinkan responden untuk mengapresiasi intensitas perasaan mereka”.

Proses ini merupakan penilaian lembar jawaban kuisisioner tiap responden, proses penilaiannya adalah sebagai berikut:

- a) Jawaban Sangat Setuju (SS) : 5 poin
- b) Jawaban Setuju (S) : 4 poin
- c) Jawaban Netral (N) : 3 poin
- d) Jawaban Tidak Setuju (TS) : 2 poin
- e) Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) : 1 poin

### 3.4

#### **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data merupakan beberapa instrumen pengumpulan data dengan menetapkan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Pada penelitian kuantitatif ada beberapa metode, seperti metode kuesioner (angket), wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tetapi penelitian ini memilih metode pengumpulan data dengan cara melakukan menyebar kuisisioner (angket) kepada responden yang diteliti untuk memperoleh sebuah data yang baik dan juga terperinci. Kuisisioner dapat diartikan sebagai sebuah alat pengumpul data yang bisa dilakukan dengan cara menggunakan sekumpulan pertanyaan yang diberikan kepada responden agar dijawab dengan memberikan sebuah angket.

### 3.5 Metode Analisis

Analisis data adalah proses mengukur, menyajikan, menjelaskan, dan menganalisis data yang didapat dari lapangan, tujuannya supaya data yang diperlihatkan bermakna dan memungkinkan pembaca untuk mengetahui hasil penelitian. Teknik analisis data berupa angka-angka menggunakan bantuan dari program SPSS 22. Analisis data memiliki langkah-langkah, yaitu meliputi:

#### 1. Persiapan

- a. Memeriksa nama dan kelengkapan dari setiap identitas responden.
- b. Memeriksa apakah data yang diterima peneliti sudah lengkap.
- c. Memeriksa jawaban responden terhadap variabel utama, jika tidak lengkap maka item tersebut harus didrop.

#### 2. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Masih banyak kesalahan pada hasil kuesioner yang dimasuk kandari responden dan hasil tersebut. Jadi jalankan edit untuk memeriksa kekurangan atau kesalahan.

#### 3. Pembuatan Kode (*Coding*)

Proses pembuatan kode adalah proses memberikan sebuah tanda dengan memilih menggunakan simbol atau angka pada semua jawaban yang terdapat dalam kuesioner. Kode tersebut akan diberikan ke semua kuesioner yang sama sehingga semua jawaban dapat dimasukkan dalam sejumlah kelompok atau kategori. Efisiensi analisis akan terwujud sebab semua jawaban dapat diturunkan menjadi beberapa kategori yang dipilih secara seksama.

#### 4. Pemberian Nilai (*Scoring*)

Scoring merupakan memberi skor atau scoring terhadap masing-masing yang perlu diberikan skor. Memberikan skor atau nilai pada lembar jawaban

angket pada setiap subjek atau pertanyaan, dengan memberikan skor pada setiap subjek akan lebih mudah mengetahui peringkat pada setiap pilihan jawaban, yaitu meliputi:

- a. Sangat Setuju = 5
- b. Setuju = 4
- c. Netral = 3
- d. Tidak Setuju = 2
- e. Sangat Tidak Setuju = 1

#### 5. Penyusunan Tabel

Tabulasi merupakan sebuah tahapan meringkas data dan memperlihatkan ke dalam bentuk yang lebih rapi untuk kepentingan analisis lebih lanjut. Tabulasi yang harus dipikirkan sejak awal dalam urutan sebuah penelitian. Proses tabulasi dapat dilakukan menggunakan komputer maupun secara manual.

#### 6. *Processing*

*Processing* adalah menghitung, menganalisis serta mengelola mengolah data dengan statistik :

### 3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah mencari pertanyaan atau pernyataan dalam kuisisioner dengan cara mengevaluasi dengan disesuaikan dengan keadaan sehingga menjadi kuisisioner yang relevan. Untuk pengujian, menggunakan statistik yang dapat diaplikasikan manual atau menggunakan media komputer/laptop dengan aplikasi SPSS. Jika penelitian menggunakan kuisisioner dalam menginput data maka di dalamnya wajib berisi pertanyaan yang relevan dengan subjeknya. (Bahtera Ryan Mutaqodim, 2015) Pada dasarnya, uji validitas

diimplementasikan dengan melihat relasi skor-skor yang telah didapatkan kemudian dibandingkan dengan skor total. Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan memilih menggunakan SPSS *Statistic Version 22*, dan kriterianya sebagai berikut :

1. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

### **3.5.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas berfungsi sebagai penentu dalam penggunaan instrumen dalam kuisisioner dapatkah digunakan lebih dari satu kali dengan responden yang sama (Husein Uma, 2011).

Maka dari itu, minimnya kesalahan dalam pengukuran dianggap reliabel, namun jika semakin banyak kesalahan pengukuran semakin tidak reliabel alat ukur yang digunakan. Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas *cronbach's alpha* dalam pengujian reliabilitasnya. Jika *cronbach's alpha* memiliki nilai yang mendekati 1 maka ketepatan internal realibilitasnya akan semakin tinggi. Nilai *cronbach's alpha* kurang dari 0,60 masuk dalam kategori realibilitas yang kurang baik, sebaliknya jika lebih dari 0,60 masuk dalam kategori realibilitas yang baik (Bahtera Ryan Mutaqodim, 2015).

Pengujian reliabilitas memiliki tujuan mencari tahu sejauh mana hasil pengukuran yang akan dilakukan dengan menggunakan cara statistik, yaitu menggunakan menghitung besarnya *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS *Statistic Version 22*.

### **3.5.3 Uji Asumsi Klasik**

#### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas ini memiliki tujuan apakah dengan model regresi,



variabel terikat serta variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu saat mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Jika asumsi ini tidak diperbolehkan maka uji statistik akan menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil atau rendah.

Langkah awal pengambilan keputusan untuk mendekati kenormalan yaitu jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Untuk melihat data terdistribusi secara normal atau tidak dapat dilihat dengan beberapa cara yaitu dengan melihat nilai skewnes ataupun nilai kurtosis. Zuraidah (2018) pada data yang berdistribusi normal memiliki skewnesnya 0 (nol) dan memiliki nilai kurtosis = 3

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah model regresi memiliki persamaan atau perbedaan varians dari residual antara pengamatan yang satu dengan yang lainnya. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak berubah disebut homokedastisitas, dan jika berubah disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas, terlepas dari ada atau tidaknya pola pada scatterplot. Jika terdapat pola menunjukkan telah terjadinya heteroskedastisitas. Tetapi jika tidak ada pola yang jelas, dan titik-titik berdistribusi di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Haslinda, Jamaluddin M, 2016)

## 3. Regresi Linier Berganda

Pada umumnya, regresi linear berganda memiliki beberapa sebab dari beberapa variabel. Analisis digunakan dengan maksud mengetahui pengaruh antar variabel yakni *dependen* (y) dan

*independen* (x). Dapat juga digunakan sebagai gambaran untuk memperkirakan kualitas variabel X pada status (naik turun) variabel Y ataupun sebaliknya. Cara menghitung regresi linear berganda dengan menggunakan rumus sebagai berikut ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y : Variabel *dependent* (Keputusan Pembelian Fashion Maternal Disaster)

X1 : *Independent Variable* (Kualitas Produk)

X2 : *Independent Variable* (Harga)

X3 : *Independent Variable* (Promosi)

X4 : *Independent Variable* (Lokasi)

a : nilai konstanta

b : Koefisien regresi

e : *Standard Error*

#### 4. Uji Korelasi Berganda

Korelasi adalah istilah yang ada di statistik yang mengutarakan derajat hubungan linier antara dua variabel ataupun lebih. Hubungan antara dua variabel di dalam teknik korelasi bukanlah dalam arti hubungan sebab akibat (timbal balik), hanya hubungan searah saja Haslinda, Jamaluddin M, (2016). Korelasi *Pearson Product Moment* bertujuan untuk mengutarakan ada atau tidaknya hubungan yang signifikan antara variabel satu dengan yang lainnya. Untuk mengutarakan besarnya sumbangan dari variabel satu terhadap yang lainnya yang dinyatakan dalam persen.

Rumus untuk mengetahui pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan adalah sebagai

berikut:

$$R_{xy} = \frac{nxy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

$R_{xy}$  : Koefisien korelasi *product moment*

n : Jumlah sampel

x : Variabel bebas

y : Variabel terikat

#### 5. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dibutuhkan agar tahu tingkat signifikan koefisien regresi ((Haslinda, Jamaluddin M, 2016). Jika suatu koefisien regresi signifikan maka memberitahu seberapa jauh pengaruh satu *independent variable* secara individual dalam menerangkan *dependent variable*. Untuk menguji koefisien hipotesis:  $H_0 = 0$ . Maka dari itu, langkah yang dipilih untuk menguji hipotesa tersebut dengan uji t adalah sebagai berikut :

a. Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$

b. Menentukan *Level of Significance*

*Level of Significance* yang digunakan sebesar 5% atau  $(\alpha) = 0,05$

c. Menentukan nilai t (t hitung)

(Haslinda, Jamaluddin M, 2016) Melihat nilai t hitung dan membandingkannya dengan t tabel.

$$t \text{ hitung} = \frac{b}{se}$$

Dimana:

b = koefisien regresi.

se = *standart error of regression*

- d. Tabel terdistribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  (diuji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df)  $n-k-1$ ,  $n$  adalah jumlah kasus dan  $k$  adalah jumlah *independent variable*
- e. Menentukan kriteria pengujian

## 6. Uji F

Uji F ini memiliki tujuan untuk melihat tingkat signifikansi, *independent variable* tidak secara individu memengaruhi *dependent variable*, melainkan secara bersama-sama. Haslinda, Jamaluddin M, (2016) maksudnya dengan tingkat keyakinan tertentu, *independent variable* memengaruhi *dependent variable* secara serentak atau bersama-sama. Berikut adalah langkah-langkah pengujiannya:

- a. Menentukan hipotesis nihil dan alternatif

$H_0: \beta = 0$ , artinya variabel kualitas produk, harga, promosi dan lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian fashion maternal disaster malang.

$H_0 : \beta \neq 0$ , artinya variabel kualitas produk, harga, promosi dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian fashion maternal disaster malang

- b. *Level of significant*  $\alpha = 0,05$

Derajat kebebasan (dk1):  $k-1$  dan derajat kebebasan (dk2):  $n-k$

Derajat kebebasan (dk) :  $n-k$

F tabel =  $\alpha = 0,05$ ; (dk1) ; (dk2)

- c. Kriteria dan aturan pengujian

$H_0$  diterima apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

$H_0$  ditolak apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

- d. Kesimpulan

Membandingkan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ , maka dapat ditentukan  $H_0$  diterima atau ditolak.

#### 7. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi merupakan diantara nol dan satu. Pada umumnya  $R^2$  adalah kuadrat korelasi antara variabel yang digunakan sebagai *predictor* dan variabel yang memberikan *response*. Koefisien determinasi dalam analisis regresi menjadikan dasar dalam memilih besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Penelitian ini menggunakan perhitungan koefisien determinasi agar mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel bebas  $X_1$  (Kualitas Produk),  $X_2$  (Harga),  $X_3$  (Promosi), dan  $X_4$  (Lokasi) dalam menjelaskan variabel terikat  $Y$  (keputusan pembelian fashion maternal disaster malang). Kriteria pengujian  $r^2 = 0$ , artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Haslinda, Jamaluddin M, 2016) mengatakan bahwa jika  $r^2$  semakin mendekati 1, yang berarti mendekati 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.

Menurut Sugiyono (2012) analisis koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

$R^2$  = Koefisien Korelasi yang dikuadratkan