

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif non kasus kausalitas. Menurut Harahap (2018) Penelitian kausalitas bertujuan untuk menguji pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Nilai yang diuji adalah koefisien regresi. Desain penelitian kausalitas dapat berbentuk pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, atau dengan melibatkan variabel mediasi, dan variabel kontrol.

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

##### **3.2.1 Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung pesen kopi sukun Malang yaitu sebanyak 2300 orang. Data ini diambil dari rata - rata pengunjung bulanan pada pesen kopi sukun Malang selama 3 bulan terakhir.

##### **3.2.2 Sampel**

Metode pengambilan sampel menggunakan metode *random sampling*. Metode ini merupakan metode yang digunakan untuk memilih sampel dari populasi secara acak sederhana sehingga setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama besar untuk diambil sebagai sampel. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, yaitu:

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

Ket:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan (dalam penelitian ini adalah 10%).

Dari rumus diatas dapat menghitung jumlah sampel yang diambil adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{2300}{1 + 2300 (0,1)^2}$$
$$n = 95,833 \text{ (96 Sampel)}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diambil keputusan jumlah sampel pada penelitian kali ini adalah sebanyak 96 responden.

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

#### **3.3.1 Variabel Dependen**

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen yang ditunjuk adalah keputusan melakukan pembelian. Pengambilan keputusan adalah proses bagaimana menetapkan suatu keputusan yang terbaik, logis, rasional, dan ideal berdasarkan fakta, data, dan informasi dari sejumlah alternative untuk mencapai sasaran - sasaran yang telah ditetapkan dengan risiko terkecil, efektif, dan efisien untuk dilaksanakan pada masa yang akan datang (Sukatin, 2022).

#### **3.3.2 Variabel Independen**

Variabel independen merupakan variabel yang memiliki faktor yang dapat memengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel independen yaitu :

##### **3.3.2.1 Promosi**

Menurut Sari et al. (2014) menyatakan promosi adalah berbagai kumpulan alat-alat insentif yang sebagian besar berjangka pendek, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang.

##### **3.3.2.2 Harga**

Menurut Pratiwi (2017), harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

### 3.3.2.3 Citra Merek

Nurhayati (2017) menyatakan citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengetahuan terhadap merek itu. Lalu menurut Yunaida (2017) citra merek yaitu suatu kesan yang ada didalam benak konsumen mengenai suatu merek yang hal ini dibentuk oleh pesan dan pengalaman konsumen mengenai merek, sehingga menimbulkan citra yang ada dalam benak konsumen.

### 3.3.3 Variabel, Operasional, dan Pengukuran

Berikut adalah variabel operasional yang peneliti tentukan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert 1-5 poin. Angka 1 artinya sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 cukup setuju, 4 setuju, dan 5 sangat setuju. Penjelasan terkait penjabaran indikator sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

#### **Variabel, Operasional dan Pengukuran**

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Promosi (X1)	1. Jangkauan Promosi 2. Kualitas Promosi 3. Ketepatan sasaran promosi (Kotler dan Keller, 2016:272)	Likert
Harga (X2)	1. Keterjangkauan 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Likert

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
	(Yusa & Hastono 2018)	
Citra Merek (X3)	1. Persepsi konsumen terhadap pengenalan produk 2. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk 3. Persepsi konsumen terhadap desain atau model kemasan (Yunaida, 2017)	Likert
Keputusan Pembelian(Y)	1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk 2. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai 3. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan 4. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain (Pradana, 2017)	Likert

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Beno (2022):

1. Data primer adalah data yang diperoleh secara tulis maupun lisan yang dikumpulkan oleh peneliti sesuai dengan kriteria yang ada. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuisisioner kepada mahasiswa yang sesuai.
2. Data sekunder adalah menyatakan bahwa data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku referensi, jurnal penelitian, internet dan lain – lain.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dari kuisioner yang dikumpulkan dari responden yang telah ditentukan. Penelitian ini juga menggunakan data sekunder sebagai penunjang sebagai literature pendukung dan penelitian terdahulu.

### **3.5 Prosedur Analisis**

#### **3.5.1 Uji Validitas**

Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tujuan dilakukan uji validitas yaitu untuk memastikan kevalidan atau kesahihan pertanyaan dalam kuesioner yang akan digunakan sebagai variabel penelitian. Hasil dari uji validitas akan dinyatakan dalam bentuk r-hitung. Jika uji validitas menunjukkan nilai yang tinggi maka dapat diartikan bahwa instrument penelitian seperti pertanyaan dalam kuesioner menjalankan fungsi ukurnya sehingga akan menghasilkan hasil yang akurat. Pengukuran menggunakan uji validitas dinyatakan valid apabila  $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ , yang artinya item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total. Sedangkan pengukuran uji validitas dinyatakan tidak valid yaitu apabila  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  sehingga korelasi antar item dianggap rendah.

#### **3.5.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengukur keandalan suatu kuesioner. Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan kuesioner atau daftar pertanyaan dalam wawancara bisa diandalkan untuk menjelaskan penelitian yang sedang dilakukan. Suatu kuesioner atau daftar pertanyaan yang reliable yaitu apabila jawaban responden stabil dari waktu ke waktu ketika menjawab pertanyaan baik dalam kuesioner atau dalam wawancara. Uji reliabilitas diuji

menggunakan rumus Cronbach Alpha. Suatu instrument di katakan reliable jika memiliki koefisien sebesar 0.60 atau lebih.

### 3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut Nurdany (2013) uji asumsi klasik digunakan untuk memperoleh hasil regresi yang baik dan efisien, yang sesuai dengan kriteria BLUE. Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji asumsi klasik antara lain:

#### 3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik adalah memiliki data terdistribusi normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Distribusi data dapat dikatakan normal apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  (Ghozali, 2018:161-167). Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak juga dapat dilakukan dengan metode yang lebih handal yaitu dengan melihat Normal Probability Plot. Model regresi yang baik ialah data berdistribusi normal, yaitu dengan mendeteksi dan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik.

#### 3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana eror yang ditimbulkan memiliki pola linier yang kuat terhadap variabel terikatnya. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Gejala heteroskedastisitas dapat dilihat dengan pola yang terdapat pada grafik yang telah distandarkan dan model perbandingan nilai signifikan (sig).

Apabila grafik menunjukkan pola acak atau tidak membentuk suatu pola maka terjadi sebuah heteroskedastisitas. Model dikatakan heteroskedastisitas bila nilai koefisien Sperman mempunyai korelasi yang signifikan  $< 0,05$  (Kurang dari 0,05) terhadap nilai residual, dan apabila signifikan  $> 0,05$  (lebih dari 0,05) berarti terbebas dari heteroskedastisitas.

#### 3.5.3.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2016). Jika terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen, maka hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dapat terganggu. Model regresi yang baik adalah tidak terjadinya multikolinearitas.

Untuk menguji apakah ada multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF (*variance inflating factor*), apabila ditemukan nilai VIF  $< 10$  (kurang dari 10) dan tolerance  $> 0,1$  (Besar dari 0,1), dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut baik. Akan tetapi apabila nilai VIF  $> 10$  (lebih besar dari 10) dan tolerance  $< 0,1$  (kurang dari 0,1) maka dapat disimpulkan model regresi tidak baik.

#### 3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel yang diketahui (Gujarati, 2003 dalam Ghozali, 2013). Menurut Ghozali (2013) ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari Goodness of fitnya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi dan nilai statistik t. bentuk persamaan regresi sebagai berikut :

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

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X1 = Promosi

X2 = Harga

X3 = Citra Merek

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = Koefisien Regresi

#### 3.5.4.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Iqbal (2015), Koefisien determinasi menjelaskan variasi pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi dapat diukur oleh nilai R-square atau adjusted R-square, dengan kriteria bila  $R^2$  mendekati 1 artinya bahwa korelasi bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) adalah semakin mendekati 100%, dimana kontribusi antara variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kuat. Sedangkan bila  $R^2$  mendekati 0 artinya bahwa kontribusi antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) semakin lemah.

#### 3.5.4.2 Uji t Parsial

Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikan pada table *Coefficients*. Biasanya dasar pengujian hasil regresi dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau dengan taraf signifikannya sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Adapun criteria dari uji statistik t (Ghozali, 2016) :

1. Jika nilai signifikansi uji t  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.



2. Jika nilai signifikansi uji  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

#### 3.5.4.3 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai signifikansi  $< 0.05$ .