

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research* yaitu pengumpulan data dan informasi yang bersumber dari lapangan atau objeknya.¹ Dalam penelitian ini peneliti melakukan studi langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang kongkrit tentang “ Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Kaffah Muslim Store Pati. “

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Bukan pula jumlah, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.³ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Toko Kaffah Muslim Store di Pati. Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa populasi konsumen Toko Kaffah Muslim Store Pati rata-rata per bulan di peroleh jumlah pembeli.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴ Untuk menentukan ukuran sampel yang akan diambil dalam penelitian ini berdasarkan pandangan Slovin dengan rumus sebagai berikut :⁵

¹ Hadari Nawawi dan Mimi Martini, *Penelitian Terapan*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2005, 24

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2015, 8

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2014, 115

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2014, 116

⁵ Sofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, Bumi Aksara, Jakarta, 2014, 61

Dimana:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : margin of error (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan : 10%⁶)

Berdasarkan besarnya populasi di atas, maka besarnya sampel dalam penelitian ini adalah:

$$= 88.54$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh besarnya sampel sebanyak **88.54** dan kemudian dibulatkan menjadi **89** responden.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Sampling Aksidental* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.⁷

C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati.⁸ Variabel dan definisi operasional akan di jelaskan dalam table berikut :

Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Promosi	Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Iklan ▪ Promosi Penjualan ▪ Hubungan Masyarakat 	<i>Likert</i>

⁶ Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2014, 61

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2014, 122

⁸ Saifuddin azwar, *Metodologi Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2001, 74

	produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. ⁹	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penjualan Personal ▪ Pemasaran langsung¹⁰ 	
Kualitas Pelayanan	kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. ¹¹	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bukti Fisik ▪ Reliabilitas ▪ Responsivitas ▪ Jaminan ▪ Empati¹² 	<i>Likert</i>
Harga	Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen. ¹³	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penilaian mengenai harga secara keseluruhan ▪ Respons terhadap kenaikan harga ▪ Perbandingan harga produk yang sama di tempat lain¹⁴ 	<i>Likert</i>

⁹ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Strategis*, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta, 2001, 214

¹⁰ Imam Heryanto, *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan*, Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship, Vol. 9 No. 2, Oktober 2015, 80-2-2 ISSN 2443-2121

¹¹ Aberian Partamo Azri dan Ruzikna, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan pada Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru*, JOM FISIP, Vol. 2, No. 2, Oktober 2015, 4

¹² Denny Daud, *Promosi dan Kualitas Layanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Konsumen menggunakan Jasa Pembiayaan pada Pt. Bess Finance Manado*, Jurnal EMBA, Vol. 1 No. 4 Desember 2013, 51-59

¹³ Rendy Gulla, Sem George Oroh dan Ferdy Roring, *Analisis harga, promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Manado Grace inn*, Jurnal EMBA, Vol. 3 No. 1 Maret 2015, 1313-1322

¹⁴ Muhammad Fakhru Rizky NST dan Hanifa Yasin, *Pengaruh Promosi dan harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*, Jurnal Manajemen & Bisnis, Vol. 14, No. 2, Oktober 2014, 135-143

Keputusan Pembelian	keputusan pembelian adalah hasil atau kelanjutan yang dilakukan individu ketika dihadapkan pada situasi alternative tertentu untuk berperilaku dalam memenuhi kebutuhannya. ¹⁵	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kemantapan membeli ▪ Pertimbangan dalam membeli ▪ Kesesuaian atribut dengan keinginan kebutuhan¹⁶ 	<i>Likert</i>
---------------------	---	--	---------------

D. Sumber Data

Data (tunggal dantum) adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh dilokasi penelitian.¹⁷ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

1. Data primer

Data primer atau data tangan pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.¹⁸ Data primer ini diperoleh dari jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan oleh peneliti, yang berisi tentang promosi, kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembelian konsumen.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh oleh pihak lain tidak langsung diperoleh peneliti dari subjek penelitiannya.¹⁹ Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data

¹⁵ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2016, 248

¹⁶ Amrullah, Pamasang S. Siburian, Saida Zainurossalamia ZA, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*, Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Vol. 13, Februari 2016, 99-118

¹⁷ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Kencana, Jakarta, 2005, 129

¹⁸ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian, Pustaka Pelajar*, Yogyakarta, 2004, 91

¹⁹ Saifuddin azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2001,

documenter) yang dipublikasikan.²⁰ Data saekunder dalam hal ini peneliti diperoleh dari dokumentasi, pengamatan di Toko Kaffah Muslim Store Pati, membaca dan mempelajari buku-buku maupun jurnal penelitian yang ada hubungannya dengan pembahasan penelitian.

E. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah :²¹

1. Variabel Independen atau Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah promosi (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan harga (X_3).

2. Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen (Y).

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.²² Dalam penelitian ini angket didesain dengan pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang tersedia.²³

²⁰ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen Edisi Pertama*, BPFE Yogyakarta, 2002, 147

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2014, 59

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2014, 199

²³ Suliyanti, *Metode Riset Bisnis*, Andi Offset, Yogyakarta, 2006, 140

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan menggunakan *skala likert*. Dengan *skala likert*, maka variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan *skala likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang berupa kata-kata antara lain :

1. Sangat Setuju = skor 5
 2. Setuju = skor 4
 3. Kurang Setuju = skor 3
 4. Tidak Setuju = skor 2
 5. Sangat Tidak Setuju = skor 1²⁴
2. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, penyidik menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah dokumen, dan sebagainya.²⁵ Metode ini digunakan sebagai pelengkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi yang berupa profil Toko Kaffah Muslim Store , jumlah konsumen, serta data lain yang mendukung.

3. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik apabila dibandingkan dengan teknik yang lain yaitu wawancara dan kuesioner. Jika wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang tetapi objek-objek alam lain. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.²⁶

Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan dan pencatatan langsung mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2014, 133

²⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta, 1998, 131

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2014, 41

dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas yang digunakan adalah uji validitas item. Validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total (skor total), perhitungan dilakukan dengan cara mengorelasikan antara skor item dengan skor total item. Dari hasil perhitungan korelasi akan didapat suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak.

Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Jumlah butir pertanyaan dalam suatu variabel dikatakan valid apabila nilai *r*-hitung yang merupakan nilai dari *Corrected Item-Total Correlation* > dari *r*-tabel.²⁷

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Dalam program SPSS akan dibahas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*.

Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti 0,7. Reliabilitas kurang dari 0,7 adalah kurang baik, sedangkan 0,8 dapat diterima dan diatas 0,9 adalah baik.²⁸

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana terjadi hubungan *linier* yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan *linier* antar variabel independen dalam model regresi.²⁹

Model regresi yang baik tentu tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel

²⁷ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 90-91

²⁸ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 97

²⁹ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 81.

ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).³⁰

2. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi pada model regresi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika d lebih kecil dari d_l atau lebih besar dari $(4-d_l)$, maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- b. Jika d terletak antara d_u dan $(4-d_u)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- c. Jika d terletak antara d_l dan d_u atau diantara $(4-d_u)$ dan $(4-d_l)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Nilai d_u dan d_l dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan.³¹

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memrediksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.³²

³⁰ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 180.

³¹ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 87.

³² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 159-160.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dapat mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang berbentuk lonceng (*bell shaped*). Distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak mempunyai juling ke kiri atau ke kanan dan keruncingan kekiri atau ke kanan.³³

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen X_1, X_2, X_3, X_4, X_n dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negatif.

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:³⁴

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

Dimana:

Y = keputusan pembelian

A = konstanta

X1 = promosi

X2 = kualitas pelayanan

X3 = harga

b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi untuk variabel X_1, X_2, X_3

e = *standart error estimate*

Rumus Hipotesisnya

$H_0 : b_0 = b_1 = b_2 = b_3 = 0$; Tidak ada hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

$H_a : b_0 \neq b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$; Ada hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

³³ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 187

³⁴ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 61.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen ($X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_n$) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

3. Uji t parsial

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen $X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_n$ secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.
- b. Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima.³⁵



³⁵ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 66.