

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan yaitu menggunakan data utama dari lapangan. Subyek penelitian berupa individu, kelompok, lembaga, atau komunitas. Penelitian lapangan bertujuan untuk menyelidiki subyek secara mendalam sehingga dapat memberi gambaran tentang subyek tertentu.¹ Dalam penelitian ini yang akan diteliti adalah pengaruh promosi *online*, variasi produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Gee Art *Factory Outlet* Jepara.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian untuk mengumpulkan data angka, dan diolah atau dianalisis supaya mendapatkan informasi secara ilmiah.² Dengan menggunakan kuesioner yang berupa pertanyaan tertulis.³ sehingga memudahkan dalam menghitung data-data dari konsumen Gee Art *Factory outlet* Jepara.

Peneliti menggunakan data primer sebagai penelitian. Data primer adalah data diperoleh peneliti langsung dari sumber aslinya untuk menjawab pertanyaan penelitian.⁴ Data primer dalam penelitian ini adalah “pengaruh promosi *online*, variasi produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Gee Art *Factory Outlet* Jepara” diperoleh dari jawaban responden terhadap angket (kuesioner) yang telah disebarakan.

¹ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2002), 26.

² Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 20.

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), 172.

⁴ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2002), 146-147.

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Gee Art *Factory Outlet* Jepara.

B. Setting Penelitian

Setting penelitian adalah lokasi penelitian yang ditentukan oleh peneliti. Peneliti melaksanakan penelitian pada konsumen Gee Art *Factory Outlet* Jepara yang mana tempat penelitian yang dipilih telah memberikan kesediaan untuk bekerjasama serta membantu penulis untuk kelancaran penelitian ini.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi yaitu kelompok obyek yang bisa dijadikan sasaran penelitian seperti: manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan lain-lain.⁵ Populasi yang akan dijadikan objek dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Gee Art *Factory Outlet* Jepara.

2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari jumlah populasi. Jika peneliti tidak memungkinkan mempelajari populasi yang berjumlah besar dikarenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti bisa mengambil sampel dari jumlah populasi.⁶

Menurut *Ferdinand*, jika populasinya tidak diketahui secara pasti, maka dapat menggunakan teknik sampling kemudahan. Peneliti bisa menyeleksi dari kuesioner yang ada. Misalnya menggunakan ukuran sampel untuk estimasi nilai rerata. Jadi rumus dalam penghitungan jumlah sampel yang tidak diketahui adalah:⁷

$$n = \frac{Z^2}{4 + e^2}$$

⁵ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2013), 56.

⁶ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 62.

⁷ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: BPFE Universitas Diponegoro, 2006), 53.

Keterangan :

n = Ukuran sampel

Z = Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, pada $\alpha = 5 \%$ (derajat keyakinan ditentukan 95 %) maka Z = 1,96.

e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel masih dapat ditolerir atau diinginkan 5%.

$$n = \frac{1,96^2}{4+0.05^2} = \frac{3,8416}{4+0.0025} = \frac{3,8416}{4,0025} = 0,96 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

responden

Hasil penghitungan diatas responden berjumlah 0.96 maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 responden. Peneliti menggunakan sampel dari konsumen Gee Art *Factory Outlet* Jepara.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari hasil informasi tentang hal tersebut, kemudian disimpulkannya⁸. Variabel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan yaitu:

1. Variabel Independen adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Pada penelitian ini variabel bebasnya adalah promosi *online*, variasi produk dan presepsi harga.
2. Variabel Dependen adalah variabel yang dipengaruhi variabel bebas. Pada penelitian ini variabel dependennya adalah keputusan pembelian konsumen.

⁸Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, 2.

Definisi Operasional Variabel
Tabel 3.1

Variabel	Definisi Oprasional	Indikator	Skala	Referensi
Promosi Online (X1)	promosi <i>online</i> adalah proses kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menawarkan produk barang atau jasa yang dikenalkan atau diiklankan melalui media <i>online</i> .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan 2. Sales <i>promotion</i> 3. <i>Public relations</i> 4. <i>Direct marketing</i> 5. <i>Personal selling</i> 	<i>Likert</i>	Freddy Rangkuti
Variasi produk (X2)	Variasi produk adalah strategi perusahaan dengan menganekaragamkan produknya dengan tujuan agar konsumen mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variasi merek produk 2. Variasi ukuran produk 3. Variasi kualitas produk 4. Ketersediaan produk 	<i>Likert</i>	Utami
Persepsi Harga (X3)	persepsi harga adalah biaya relatif yang harus konsumen keluarkan untuk memperoleh produk atau jasa yang diinginkan. Lewat harga kita pun dapat menilai gambaran kualitas dari produk/jasa tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga. 2. Harga bersaing dengan produk sejenis. 3. Harga sesuai dengan asumsi konsumen. 4. Harga sebagai indikator kualitas. 5. Harga ganjil yang ditetapkan. Periode harga yang ditetapkan. 	<i>Likert</i>	Charlie Bernando Haloman Samosir

Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan sebuah proses dimana pembeli mengetahui masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi beberapa dari masing-masing alternatif tersebut untuk dapat digunakan dalam memecahkan masalah, yang kemudian mengarahkannya pada keputusan pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk. 2. Kebiasaan dalam membeli produk. 3. Memberikan rekomendasi pada orang lain. 4. Melakukan pembelian ulang. 	<i>Likert</i>	Philip Kotler dan Keller
-------------------------	---	--	---------------	--------------------------

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Instrumen penelitian adalah alat penelitian yang mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data dengan cermat, lengkap, dan sistematis sehingga.⁹

1. Validitas

Validitas adalah mutu yang penting bagi setiap instrument. Uji validitas digunakan untuk mengukur penelitian dalam menentukan data itu dikatakan sah atau tidaknya suatu kuesioner.¹⁰ Data dikatakan valid jika pengukuran variabel r hitung lebih besar dari r tabel, berarti dapat digunakan pada instrument penelitian selanjutnya.¹¹ Jika indikator dari variabel tidak valid maka pernyataannya dapat dihapus atau direvisi

⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), 203.

¹⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 52.

¹¹ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 348.

2. Reliabilitas

Uji reabilitas adalah alat ukur kuesioner untuk mengetahui indikator tersebut memenuhi kriteria penelitian atau tidak. Kuesioner bisa dikatakan reliabel jika jawaban yang konsisten dari responden dari waktu-kewaktu. Kriteria dari instrument yang reliabel apabila menunjukkan nilai uji statistik *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60, sebaliknya dikatakan tidak reliabel jika *cronbach alpha* lebih kecil dari 0,60.¹²

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah proses dalam pengumpulan data primer dan sekunder suatu penelitian. Dalam penelitian diperlukan pengumpulan data digunakan untuk memecahkan masalah yang sedang diteliti serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan.¹³

Dalam tema penelitian yang berjudul pengaruh promosi *online*, variasi produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Gee Art *Factory Outlet* Jepara penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1. Metode Angket

Metode angket bisa disebut dengan metode kuesioner.¹⁴ Kuesioner merupakan cara pengumpulan data menggunakan cara memberi pertanyaan tertulis untuk mendapat jawaban dari hasil kuesioner yang diberikan kepada responden. Tehnik kuesioner lebih efisien karena mempermudah mencari jawaban dari responden yang jumlahnya banyak.¹⁵

Skala pengukuran yaitu acuan pada alat ukur yang ditentukan guna menentukan panjang pendek interval yang bisa mendapatkan data kuantitatif.¹⁶ Skala

¹² Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus, Daros, 2009), 171.

¹³ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2013), 39.

¹⁴ Burhan Bungin, *Statistik Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2005), 133.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung, Alfabeta, 2014), hlm. 199.

¹⁶ Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 162.

pengukuran interval yang dapat diukur dalam kuesioner penelitian ini ialah menggunakan skala likert. Skala ini bertujuan untuk mengukur persepsi dan tingkah laku seseorang melalui beberapa pertanyaan yang diberikan peneliti kepada responden untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan skala likert, misalnya sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.¹⁷

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban dapat diberi skor, misalnya:

1. Sangat setuju/selalu/positif diberi skor 4
2. Setuju/sering/positif diberi skor 3
3. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor 2
4. Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor 1

Instrument penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda.¹⁸

2. Dokumentasi

Penelitian biasanya diperlukan adanya dokumentasi karena berkaitan dengan pencatatan data. Dokumentasi yaitu tindakan-tindakan atau barang dari hasil penelitian yang dikumpulkan kemudian dibukukan atau tertulis. Contoh; buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, .¹⁹

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam menguji model regresi, variabel terikat dan variabel bebas apakah variabel berpengaruh normal atau malah sebaliknya. Dengan uji normalitas dapat diketahui distribusi pada data tersebut bersifat normal. Distribusi data yang

¹⁷ Hamid Darmadi, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 106.

¹⁸ Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 163.

¹⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), 201.

dikatakan baik yaitu data yang distribusinya tidak mempunyai juling ke kiri atau kekanan dan keruncingan kekiri atau ke kanan.²⁰

Supaya mengetahui adanya normalitas bisa melihat pada grafis histogram, guna untuk membandingkan antara data observasi yang mendekati distribusi normal, atau tau bisa melihat pada normal probability plot yang dapat digunakan untuk perbandingan distribusi kumulatif pada distribusi normal. Sehingga distribusi normal dapat membentuk garis lurus diagonal, dan plot data residual akan dibandingkan pada garis diagonal. Jika garisnya mengikuti garis diagonal maka distribusi data residual dikatakan normal. Uji normalitas bisa juga melalui uji statistik non-parametrik kolmogorov-smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis
 H_0 : Data residual berdistribusi normal
 H_A : Data residual tidak berdistribusi normal²¹

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ialah uji yang digunakan untuk menguji korelasi antar variabel bebas, dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Keduanya menunjukkan setiap variabel yang dijelaskan dalam variabel independen lainnya, sederhananya setiap variabel independen menjadi variabel dependen dan diregres terhadap variabel independen lainnya. Nilai *cutoff* yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $tolerance \leq 0.10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.²²

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui hasil ketidak samaan variance dari residual. Dikatakan homoskedastisitas Jika variance dari residual pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap, akan tetapi jika berbeda atau pengamatannya tidak bersifat tetap maka

²⁰ Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus, Daros, 2009), 187.

²¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 160-164.

²² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 105-106.

disebut heteroskedastisitas. Hasil uji yang baik harus tidak terjadi heteroskedastisitas.²³

Uji heteroskedastisitas bisa dilihat melalui grafik scatterplot ZPRED dengan residualnya SRESID, dimana pada sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, ketika pada sumbu X yaitu dari (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Untuk dasar analisisnya uji heteroskedastisitas adalah jika titik-titik yang membentuk pola gambar bergelombang, melebar, kemudian menyempit, maka identifikasinya terjadi heteroskedastisitas. Akan tetapi sebaliknya jika tidak ada pola pada titik-titik berbentuk jelas atau dilihat pada titik-titik tersebut menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sudut Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁴

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah hubungan antara dua atau lebih dari variabel independen dengan variabel dependen secara linier. Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan apakah berhubungan positif atau negatif. Adapun persamaan regresi linier berganda yaitu:²⁵

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

Keterangan:

Y = variabel dependen

X = variabel independen

A = konstanta

$b_1 b_2 b_3$ = koefisien regresi

yang mana:

Y = Keputusan pembelian

X_1 = promosi *online*

X_2 = variasi produk

X_3 = persepsi harga

a = konstanta

²³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 139.

²⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 139.

²⁵ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, (Jakarta: Mediakom, 2010), 67.

- b_1 = koefisien regresi promosi *online* terhadap keputusan pembelian konsumen.
- b_2 = koefisien regresi variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen
- b_3 = koefisien regresi persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

3. Uji Statistik

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (crosssection) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.²⁶

b. Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji t dapat dilihat output *coefficients*.²⁷

Dalam hal ini ada dua acuan untuk dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan, yaitu dengan melihat nilai signifikansi (Sig), dan kedua membandingkan nilai t hitung dengan t tabel.

Kriteria pengujian:

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig.)

- 1) Jika nilai Signifikansi (Sig). < probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima.
- 2) Jika nilai Signifikansi (Sig). > probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak.

Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel

²⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 97.

²⁷ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, (Jakarta: Mediakom, 2010), 68-69.

- 1) Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima.
- 2) Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak.²⁸

c. Uji f

Uji global disebut juga uji signifikansi serentak atau Uji F. Uji ini dimaksud untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_k) dapat atau mampu menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel terikat (Y). Untuk melakukan pengujian secara global, ada beberapa langkah yang diperlukan, yaitu:

1. Menyusun hipotesis. Dalam penyusunan hipotesis selalu ada hipotesis nol dan hipotesis alternatif. Hipotesis nol selalu mengandung unsur kesamaan, sehingga dapat dirumuskan hipotesis nol adalah koefisien regresi sama dengan nol. Kedua hipotesis tersebut kemudian dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0 : B_1 = B_2 = 0$$

$$H_1 : B_1 \neq B_2 \neq 0$$
2. Menentukan daerah keputusan. Penentuan daerah keputusan dilakukan dengan cara mencari nilai F. Untuk mencari nilai T-tabel perlu mengetahui derajat bebas pembuang pada kolom, derajat bebas penyebut pada baris, dan taraf nyata. Umumnya ada 2 taraf nyata yang dipakai yaitu 1% dan 5%. Untuk ilmu pasti lebih baik menggunakan taraf nyata 1%, sedangkan ilmu sosial menggunakan taraf nyata 5%. Untuk derajat pembilang, digunakan nilai $k-1$, yaitu jumlah variabel dikurangi 1. Untuk derajat penyebut digunakan $n-k$ yaitu jumlah sampel dikurangi dengan jumlah variabel.
3. Menentukan nilai F-hitung. Nilai F-hitung ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

²⁸ Sahid Raharjo, "Cara Melakukan Uji t Parsial dalam Analisis Regresi dengan SPSS", <https://www.spssindonesia.com/2014/02/cara-mudah-melakukan-uji-t-dengan-spss.html?m=1>, diakses pada 21 April 2019.

$$f = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-3)}$$

4. Menentukan daerah keputusan. Menentukan wilayah H_0 dan H_1 serta membandingkan dengan nilai F-hitung untuk mengetahui apakah menerima H_0 atau menerima H_1 .
5. Memutuskan hipotesis. Nilai F-hitung $>$ dari F-tabel dan berada di daerah terima H_1 . Ini menunjukkan bahwa terdapat cukup bukti untuk menolak H_0 dan menerima H_1 .

