

### BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara yang bersifat ilmiah yang digunakan untuk memperoleh suatu data untuk kegunaan dan tujuan tertentu. Cara ilmiah merupakan suatu aktivitas penelitian yang berpedoman pada keilmuan, yaitu rasional, sistematis maupun empiris. Rasional adalah penelitian yang bisa dinalar oleh setiap manusia atau bisa dikatakan dengan penelitian yang menggunakan cara-cara yang masuk akal. Berbeda dengan rasional. Sistematis sendiri merupakan proses dalam penelitian dengan langkah-langkah yang bersifat logis.

Sedangkan empiris mempunyai arti dimana cara-cara yang digunakan oleh peneliti dapat diamati dengan panca indra, jadi orang lain dapat mengetahui cara-cara yang dilakukan oleh peneliti.<sup>1</sup> Dalam pembuatan skripsi ini memerlukan beberapa metode yang digunakan untuk meneliti agar skripsi ini lebih terstruktur guna mencapai tujuan yang ditentukan dan dapat dipertanggungjawabkan sebagai karya tulis ilmiah, jadi dalam penulisan skripsi ini menggunakan beberapa metode diantaranya yaitu:

#### A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan sebab peneliti terjun langsung di dalam penelitiannya. Jadi peneliti datang ke lokasi yang akan diteliti lalu mencari informasi atau data yang diperlukan dengan cara mendatangi responden.<sup>2</sup>

Sedangkan metodenya menggunakan metode kuantitatif, dimana metode ini telah cukup lama digunakan maka dari itu dinamakan metode tradisional. Metode ini disebut dengan metode discovery sebab penelitian untuk dapat memperoleh data dalam penelitian menggunakan angka-angka dan menggunakan analisis statistik. Metode discovery juga disebut metode ilmiah dikarenakan penelitian dalam metode ini menggunakan kaidah ilmiah yakni diantaranya obyektif, terukur sistematis, konkrit, dan rasional.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta 2016) 2.

<sup>2</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada 2003), 32.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*), 7.

## B. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

### 1. Sumber primer

Sumber primer ialah sumber data yang berasal dari sumber pertama (langsung) baik itu dari individu maupun kelompok, seperti halnya hasil pengisian kuesioner maupun wawancara.<sup>4</sup> Sumber primer yang dipakai pada penelitian ini ialah hasil sebaran kuesioner pada konsumen atau pelanggan di counter Merdheka Phone dan hasil wawancara yang didapatkan dari pemilik counter Merdheka Phone.

### 2. Sumber sekunder

Sumber sekunder merupakan data yang berasal dari sumber -sumber yang telah tersedia, seperti hasil laporan, buku, jurnal-jurnal, dan lainnya.<sup>5</sup> Studi pustaka atau dokumen yakni pengutipan dan pengkajian teori, informasi, dan data dari berbagai dokumen, buku, jurnal, maupun internet menjadi sumber sekunder

## C. Setting Penelitian

Setting atau tempat dalam penelitian ini yaitu pada counter Merdheka Phone Kec. Kayen Kab. Pati yang berada di Kec. Kayen Kab.Pati . Dimana penelitian ini dilaksanakan selama jangka satu bulan.

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi dari subjek maupun objek yang memiliki jumlah dan ciri yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Jadi populasi merupakan semua objek dan ciri yang dimiliki oleh objek tersebut. Baik makhluk hidup, jumlah objek dan sifat dari objek tersebut.<sup>6</sup>

<sup>4</sup>Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Aswaja, Pressindo, 2015),246

<sup>5</sup>Sandu Siyoto Dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*,(Yogyakarta : Literasi Media Publishing,2015) 68

<sup>6</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodiki,*Dasar Metodologi Penelitian Literasi Media Publishing* (Yogyakarta: 2015) 64.

Populasi penelitian ini merupakan semua konsumen yang ada di Counter Merdheka Phone Kec. Kayen Kab. Pati .

2. Sampel

Sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi, atau sebagian kecil dari total populasi mewakili populasi yang diteliti menurut prosedur tertentu. <sup>7</sup>Total populasi pada riset ini tidak diketahui, maka penetapan nilai sampel dengan rumus Paul Leedy:

$$N = \left( \frac{Z^2 a/2}{4e^2} \right)$$

Penjelasan:

N =Jumlah sampel

Z =Nilai distribusi normal

e =Margin error

untuk hasil mengira-ngira sampel pada riset ini, maka sampel yang dibutuhkan apabila taraf harapan 95% dan kekeliruan yang potensial timbul 0,10 diketahui:

a =0,05 maka  $Z_{0,05}=1,96$

e =0,10

jawab

$$n = \left( \frac{1,96^2}{4(0,10)^2} \right) = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan diatas,jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu96,04 yang dibulatkan menjadi 97 penjawab.<sup>8</sup>

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* (teknik pengambilan contoh berdasarkan ketepatan).<sup>9</sup>

<sup>7</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodiki,*Dasar Metodologi Penelitian* 55.

<sup>8</sup> Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2009), 103-104.

**E. Desain dan Definisi Variabel**

Definisi operasional variabel merupakan definisi tentang variabel-variabel yang dijabarkan berdasarkan karakteristik-karakteristik yang ada pada variabel yang diamati.<sup>10</sup>

**Tabel 3. 1 Definisi operasional variabel**

No	Variabel	Definisi oprasional	Indikator	Skala
1.	Promosi	Promosi merupakan bagian dari bauran komunikasi berupa pesan yang disampaikan oleh perusahaan kepada konsumen mengenai produknya. <sup>11</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periklanan</li> <li>2. Penjualan tatap muka</li> <li>3. Promosi penjualan</li> <li>4. Hubungan masyarakat</li> <li>5. Publisitas</li> <li>6. Pemasaran langsung</li> </ol>	Skala likert
2.	Harga	Harga merupakan nilai tukar agar dapat mendapatkan manfaat barang yang diinginkan atau bisa dikatan sebagai uang yang harus dibayarkan pada waktu atau tempat tertentu. <sup>12</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkaunan harga</li> <li>2. Kesesuain harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Daya saing harga</li> <li>4. Kesesuain harga dengan manfaat</li> </ol>	Skala likert
3.	Lokasi	Lokasi merupakan hal yang menunjukkan pada berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan sebagai tempat menyediakan dan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akses</li> <li>2. Visibilitas</li> <li>3. Tempat parkir</li> <li>4. Ekspansi</li> </ol>	Skala likert

<sup>9</sup> Rini Afrianti dan Zulkifli, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Citra Laundry Kota Pariaman, Menara Ilmu XI Jilid 2, 78 (2017): 157.

<sup>10</sup> Saifuddin Azwar Metode Penelitian, Pustaka Pelajar,( Yogyakarta, 2001), 74.

<sup>11</sup> Ricky W .Griffin Dan Ronald J. Ebert, Bisnis Edisi Kedelapan Terj. Sita Wardhani 364.

<sup>12</sup> Supriadi Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam (Bogor Guepedia, 2018) 26-27.

		menjual produk kepada konsumen. <sup>13</sup>		
4.	Keputusan pembelian konsumen	Keputusan pembelian konsumen merupakan proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik yang dilakukan konsumen saat menilai, memperoleh, menggunakan barang jasa <sup>14</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan produk</li> <li>2. Pilihan merek</li> <li>3. Pilihan penyalur</li> <li>4. Waktu pembelian</li> <li>5. Jumlah pembelian</li> </ol>	Skala likert

### F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Penelitian memerlukan data yang bersifat valid sekaligus reliabel. Dengan menggunakan instrumen-instrumen yang sudah valid serta reliabel akan memperoleh hasil penelitian yang baik. Dimana instrumen-instrumen yang valid dan reliabel menjadi syarat dari instrumen-instrumen penelitian yang baik. Karena jika instrumen tidak valid dan tidak reliabel, akan menunjukkan hasil atau kesimpulan yang kurang sesuai dengan keadaan subyek yang dikenai kuesioner tersebut.<sup>15</sup>

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas ialah suatu uji ukuran yang dapat menunjukkan kevalidan dari semua instrumen (daftar pertanyaan) yang digunakan. Valid berarti bahwa instrumen (daftar pertanyaan) yang digunakan dalam penelitian tersebut dapat mengukur secara tepat apa yang ingin diukur.<sup>16</sup> Adapun dalam penelitian ini, cara menguji uji validitas ialah menggunakan metode korelasi pearson

---

<sup>13</sup> Yunita Novitasari, Dkk, "Analisis Determinasi Keputusan Pasien Di Rumah Sakit Pelita Anugrah Demak" *Literarus* Vol 2 No 1 (2020). 30-39. Di akses Pada 30 Januari 2021, <https://Journal.Neolecture.Com/Index.Php/Literatus/Article/View/29>

<sup>14</sup> Nana Triapnita Nainggolan, dkk., *Perilaku Konsumen Di Era Digital* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), 36.

<sup>15</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodiki, *Dasar Metodologi Penelitian Literasi Media Publishing* (Yogyakarta: 2015) Hlm 84.

<sup>16</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodiki, *Dasar Metodologi Penelitian...*, hlm 84.

dengan menggunakan aplikasi statistik SPSS 21. Dimana instrument dikatakan valid jika mempunyai hasil nilai  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$ .<sup>17</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah uji yang digunakan untuk mengetahui bila instrumen (daftar pertanyaan) suatu penelitian itu reliabel. Instrumen (daftar pertanyaan) yang reliabel ini berarti bahwa jika instrumen-instrumen tersebut digunakan berkali-kali maka akan dapat memberikan hasil data yang konsisten atau sama pula.<sup>18</sup>

Adapun pada penelitian ini, uji reliabilitas yang dipakai menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dengan bantuan program statistik SPSS 21. Dimana instrumen (daftar pertanyaan) dari variabel dapat reliabel apabila mempunyai nilai *Cronbach Alpha* yang lebih dari 0,60.<sup>19</sup>

## G. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Kuesioner merupakan pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk di jawab, dan sudah diberikan pengertian atau definisi secara jelas. Kuesioner dipandang sebagai teknik pengumpulan data yang efektif terutama bagi responden yang terdiri dari banyak orang. Dalam menggunakan metode kuesioner ini akan memudahkan peneliti dalam mengolah data dan akan mendapatkan kemudahan dalam memperoleh informasi.<sup>20</sup>

Metode ini (kuesioner) digunakan untuk mengetahui data responden tentang promosi, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di counter Merdheka Phone. Kuesioner dalam penelitian ini disusun menggunakan *likert scale*(skala likert), yang dimana dibuat menggunakan pilihan

<sup>17</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitas, dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2016. 178

<sup>18</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, 172-178

<sup>19</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, (Ponorogo: WADE Group, 2016), 79

<sup>20</sup>Uma Sekaran, dan Roger Bougie *Metode Penelitian Untuk Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat 2017), 170, 183.

dan diberi skor agar bisa menghasilkan data yang subyektif. Adapun pilihan dan skornya adalah sebagai berikut:

Sangat Setuju	: Skor 5
Setuju	: Skor 4
Netral	: Skor 3
Tidak Setuju	: Skor 2
Sangat Tidak Setuju	: Skor 1

## H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan pengujian atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian yang menggunakan model regresi, yakni untuk dapat menguji apakah terdapat kesalahan atau tidak. Uji asumsi klasik yang dipakai, meliputi:

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas ialah uji yang dipakai dalam penelitian yang bertujuan untuk menguji apakah penggagu atau residual yang di dapatkan dari regresi memiliki distribusi normal, pola regresi baik merupakan pola yang mempunyai nilai penggagu yang normal. Dalam metode uji normalitas ada beberapa metode yaitu dengan menganalisis dan melihat hasil data yang tersebar pada diagonal grafik *p-plot of regression standardizedresidual* atau bisa juga menggunakan uji *one sample kolmogorov-smirnov*.<sup>21</sup>

### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan guna mengetahui apakah model regresi terdapat ketidaksamaan varian terhadap semua pengamatan. Regresi baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas. Pada penelitian yang dilakukan ini, guna dapat mengetahui terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas, maka dilakukan dengan metode grafik Scatterplot dengan ketentuan titik-titik menyebar secara tidak begitu jelas dan titik-titik tersebut menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Rochmat Aldy Purnomo *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS Edisi 2* (Ponorogo, Wade Group 2017), 108.

<sup>22</sup>Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi...*, 129

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk dapat menguji model regresi guna mengetahui apakah dalam model regresi terdapat adanya korelasi antara variabel-variabel independen (bebas). Pada penelitian ini, guna dapat mengetahui ada atau tidaknya masalah multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai Tolerance serta *Variance Inflation Factor* (VIF) apabila nilai Tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.<sup>23</sup>

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ialah hubungan antara anggota observasi yang telah dirancang menurut tempat dan waktu. Regresi baik merupakan regresi yang tidak adanya autokorelasi. Dalam pengujian autokorelasi menggunakan metode uji *durbin-watson*(DW test, sebagai berikut:

Jika  $DU < DW < 4 - DU$  maka  $H_0$  diterima maka artinya tidak terdapat autokorelasi

Bila  $DW < DL$  atau  $DW > 4 - DL$  maka  $H_0$  ditolak, maka terdapat autokorelasi

$DL < DW < DU$  atau  $4 - DU < DW < 4 - DL$  artinya yaitu tidak adanya kesimpulan yang pasti Nilai DU dan DL didapatkan dari tabel statistik durbin watson.<sup>24</sup>

**I. Teknik Analisis Data**

1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah seberapa besar hasil pengaruh dari variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat). Jika nilai koefisien mendekati satu maka garis regresi yang akan terbentuk bisa dikata sempurna dengan nilai observasi yang didapatkan. Jadi, variabel independen (X) sangat berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Jika variabel X diketahui maka nilai dari variabel Y dapat diramalkan secara sempurna.<sup>25</sup>

<sup>23</sup> Rochmat Aldy Purnomo, Analisis Statistik Ekonomi..., 121

<sup>24</sup> Rochmat Aldy Purnomo Analisis Statistik Ekonomi ..., 123.

<sup>25</sup> Dergibson Siagian, dan Sugiarto Metode Statistik Untuk Bisnis Dan Ekonomi (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 2006 ), 259

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan hubungan linier antara variabel-variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen). Analisis ini digunakan guna mengetahui apakah ada hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat baik itu positif maupun negatif.<sup>26</sup>

Analisis ini dipakai guna mengetahui apakah ada hubungan antara promosi, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di counter Merdheka Phone .

Dalam penelitian ini menggunakan rumus:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$$

- Y : keputusan pembelian
- a : konstanta
- X1 : promosi
- X2 : harga
- X3 : lokasi
- b1 : koefisien regresi variabel promosi
- b2 : koefisien regresi variabel harga
- b3 : koefisien regresi variabel lokasi
- e : pengganggu (error).

3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t dapat digunakan guna menguji apakah variabel independen (bebas) benar-benar memberi pengaruh terhadap variabel dependen (terikat). Hasil yang dapat diketahui dari uji t ini adalah apakah jika secara parsial atau individu, suatu variabel independen (X) masih dapat memberikan pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Untuk dapat mengetahui signifikan tau tidak, maka perlu melihat nilai sig, dimana harus kurang dari 0,05. Dan untuk dapat mengetahui apakah berpengaruh atau tidaknya maka diperlukan untuk membandingkan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dimana  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ .<sup>28</sup>

<sup>26</sup> Mila Fursianan Salma, Sarno Wuragil, Laila Sabrina *Kontribusi Perbankan Syariah Terhadap Perkembangan UMKM dikecamatan BANJARNEGARA* (Wonosobo Jawa Tengah: , Mangku Bumi 2016), 31.

<sup>27</sup> Maskuri *Buku Latihan SPSS Aplikasi Statistik Deskriptif Dan Inferensial*. (Kudus: Media Ilmu Press, 2010 ) 267.

<sup>28</sup> Agus Tri Basuki, *Penggunaan SPSS dalam Statistik*, (Yogyakarta: Danisa Media, 2014), 27

#### 4. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F digunakan dalam penelitian guna menguji apakah variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3$ ) secara simultan (bersama-sama) memberikan pengaruh terhadap variabel terikat ( $Y$ ). Untuk dapat mengetahuinya dapat diketahui dari perbandingan  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$ . Uji F juga dapat menunjukkan bahwa model yang diteliti dalam suatu penelitian bersifat layak apabila tingkat signifikansi sebesar kurang dari 0,05.<sup>29</sup>



---

<sup>29</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis..., 292