

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017) metode penelitian adalah cara ilmiah guna mendapatkan data serta tujuan dan kegunaan tertentu. Adapun pada penelitian menggunakan deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Adapun desain penelitian yang akan digunakan yakni desain asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal yakni bertujuan agar dapat memahami pengaruh antara dua variabel atau lebih (Umar, 2005). Penelitian ini memaparkan hubungan memengaruhi dan dipengaruhi atas variabel- variabel yang akan diteliti.

3.2.Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah replikasi dari penelitian-penelitian terdahulu yang berupa pengulangan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang sejenis, tetapi dengan objek, variabel dan periode yang berbeda. Perihal untuk membedakan penelitian ini terhadap penelitian terdahulu terdapat pada pokok bahasan dan periode waktu analisis.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan responden pemakai produk nivea. Adapun tempat yang ditetapkan peneliti adalah di Bps Mitra Raya kelurahan batu selicin di Kota Batam.

3.3.2 Periode Penelitian

Berdasarkan penelitian skripsi ini adapun jadwal penelitian dalam melakukan kegiatan penelitian ini dalam waktu 6 bulan mulai dari bulan Maret 2021- bulan Agustus 2021. Jadwal penelitian dapat di lihat menggunakan tabel sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan 2021											
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus						
1.	Analisa kegiatan	■											
2.	Perancangan		■	■	■								
3.	Pembuatan kuesioner			■	■	■							
4.	Penyebaran kuesioner				■	■	■						
5.	Pengumpulan kuesioner						■	■	■				
6.	Pengolahan analisis data								■	■	■	■	

Sumber: peneliti 2021

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung yang pernah berbelanja di Bps Mitra Raya dimana untuk jumlah populasinya tidak diketahui.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Penelitian ini menggunakan metode *sampling aksidental*, yaitu suatu metode untuk penentuan sampel yang ditemui secara kebetulan sehingga bisa dijadikan sampel jika yang ditemukan cocok sebagai sumber. (Sandu Siyoto, 2015, p. 66)

3.4.3 Teknik Sampling

Sebagai pedoman untuk menetapkan ukuran sampel, karena jumlah masyarakat yang menggunakan produk Nivea tidak diketahui untuk itu peneliti memakai rumus *Lemeshow* yaitu sebagai berikut.

$$n = \frac{Z^2 \times p (1 - p)}{d^2}$$

Rumus 3. 1 Rumus Lameshow

Sumber : (Arianto & Muhammad, 2018)

Keterangan :

n : Ukuran sampel

Z : Score Z pada kepercayaan 95,5% = 1,96

p : Maksimal esimasi = 0.5

d : Alpha (0,10)

Sehingga ukuran sampel pada penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,5)(1 - 0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,5)(0,5)}{(0,0025)}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)}{(0,0025)}$$

$$n = \frac{(0,9604)}{(0,0025)}$$

$$n = 384,16$$

Disimpulkan jumlah sampel yang akan dipakai yaitu berjumlah 384 orang responden.

3.5 Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini yakni :

3.5.1 Data Primer

Pada penelitian ini penulis memakai data kuesioner atau anket. Menurut (Sugiono, 2014, p. 142) Angket adalah cara pengambilan data melalui pernyataan atau pertanyaan tertulis yang dijawab responden. Daftar pertanyaan yang sudah lengkap dan terperinci yang akan dimasukkan kedalam kuesioner. Data ini untuk mengetahui tanggapan responden pada kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Nivea di Bps Mitra Raya.

3.5.2 Data Sekunder

Adapun yang dimaksud dengan data sekunder ialah perolehan data dengan tidak langsung atas pihak ketiga yang tergolong dalam penelitian yang bersifat sejarah perusahaan, kawasan perusahaan, struktur organisasi, buku, literatur, artikel dan website. (Sugiyono, 2017). Data sekunder pada penelitian ini yakni data yang dipakai pada jurnal, studi kepustakaan, juga artikel serta informasi dari informan terkait dengan lokasi penelitian dan judul penelitian.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Tujuan dari pengumpulan data berfungsi dalam penelitian karena mencoba untuk menemukan informasi yang dibutuhkan untuk penelitian (Sugiyono, 2012).

Penelitian ini akan menggunakan cara pengumpulan data yakni :

3.6.1 Kuesioner (Angket)

Kuesioner digunakan sebagai alat untuk pengumpulan data. Kuesioner adalah metode pengumpulan data di mana responden menjawab dengan serangkaian pernyataan tertulis yang harus merekaanggapi. (Sugiyono, 2015). Terdapat berbagai teknik yang dapat digunakan untuk menyebarkan kuesioner (Sanusi, 2011: 109) :

1. Menyampaikannya pada responden tanpa melewati perantara.
2. Peneliti dapat memilih tempat ramai saat menyebarkan kuesioner.
3. Mengirim kuesioner lewat media massa atau surat menyurat.

Adapun Skala ukur yang dipakai pada kuesioner ini yakni *skala Likert* dengan kriteria berikut:

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	JAWABAN	SINGKATAN	NILAI
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Sumber (Sanusi, 2011, p. 60)

3.6.2 Observasi

Menurut Nasution dalam (Sugiyono, 2017) mengemukakan bahwa observasi merupakan puncak dari semua ilmu pengetahuan, para ilmuwan bekerja atas dasar data, yakni fakta tentang dunia realitas yang didapat lewat pengamatan. Observasi dilakukan sebagai metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung dan studi juga hal-hal yang berhubungan dengan penelitian di Bps Mitra Raya Batam.

3.6.3 Studi Pustaka

Menurut (Martono, 2011) mengemukakan Hal ini dapat menambah pengetahuan tentang beragam rencana untuk dijadikan dasar juga bukti dalam proses penelitian. Peneliti memakai studi pustaka pada metode pengumpulan data. Tujuan studi pustaka yakni agar menemukan fakta dan memperjelas konsep dari metode yang dipakai.

3.7 Definisi Operasional Variabel

3.7.1 Variabel Independen

Kualitas produk yakni kekhasan dari suatu produk serta keunggulan produk yang dapat mendorong konsumen dalam memutuskan pemilihan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Rioyono, 2016, p. 97). Promosi atau komunikasi pemasaran merupakan cara perusahaan mencoba, secara langsung atau tidak langsung, untuk mempublikasikan, meyakinkan, dan memberitahu konsumen atas produk dan merek yang mereka jual. (Manik & Rianti, 2019, p. 167). Variabel yang dipergunakan ialah kualitas produk (X1) dan promosi (X2).

3.7.2 Variable Dependen

Variabel yang terpengaruh oleh variabel independen (bebas). Menurut (Sugiono, 2014, p. 39) mengemukakan Variabel dependen ialah variabel yang terpengaruh oleh variabel independent. Keberadaan variabel dependent pada penelitian kuantitatif menjelaskan keberadaan variabel dependen pada penelitian biasanya dilambangkan dengan symbol Y. Variabel dependen pada penelitian ini ialah keputusan pembelian.

Tabel 3. 3 Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian	Defenisi	Indikator	skala
Kualitas Produk (X1)	(Riyono, 2016 p.98) kualitas produk merupakan gambaran akan kemampuan produk guna melaksanakan tugasnya yakni meliputi ketahanan, kehandalan atau kemajuan,kekuatan, kemudahan pada saat pengemasan,perbaikan produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. kinerja 2. daya tahan 3. kesesuaian dengan spesifikasi 4.karakteristik khusus 5. Reliabilty reliabilitas 6. estetika 7. kesan kualitas 	<i>Likert</i>
Promosi(X2)	(Wangarry, Tumbel, Karuntu, et al., 2018, p. 3) Promosi adalah suatu gambaran berupa komunikasi bertujuan mendorong permintaan, pemasaran yakni tindakan yang berupaya menyalurkaninformasi, mengajak serta memberitahu pasar sasaran atas perusahaan terhadap produk agar siap diterima, oleh konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1.Promosi lewatmedia visual 2.Promosi lewat cara tatap muka 3.Promosi mealalui pemberian hadiah 4.Promosi lewat media social 	<i>Likert</i>
Keputusan pembelian (Y)	(Manik & Rianti, 2019, p. 167) Keputusan pembelian konsumen mencakup mengidentifikasi kebutuhan, menyelusuri informasi, mengevaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilahan produk 2. Pilahan merek 3. pilahan distribusi 4. rentang Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian 	<i>Likert</i>

Sumber: jurnal ISSN

3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis data yakni metode yang selalu dipakai saat menganalisis data pada penelitian. (Sugiono, 2014, p. 149) Menyatakan data mentah digunakan harus diselesaikan secara berkelompok, data harus dikategorikan, dan dikompres sedemikian rupa untuk mengatasi permasalahan dalam pengujian hipotesis.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Zulganef, 2013:189) Analisis ini adalah tahapan yang menjumlahkan nilai serta data yang sifat penjelasannya ada pada rangkain data juga angka tersebut. Adapun yang terkait pada analisis ini yakni nilai rata-rata, nilai tengah data, nilai yang sering muncul, presentil, desil, quartile berupa uraian angka atau data, gambar, grafik, dan diagram yang dikerjakan pada tiap variabel. Adapun analisis ini berpegang atas program SPSS versi 25. Untuk menyusun *table* distribusi frekuensi diperlukan analisis untuk menentukan apakah skor dari variabel yang diperoleh telah ditetapkan. Untuk mengetahui *variable* penelitian, beberapa kriteria digunakan yang merujuk pada skor kuesioner rata-rata yang diperoleh dari penelitian. Pemakaian skor kategori ini didasarkan atau dikembangkan lima kategori pada *skala Likert* dan dipakai dipenelitian ini ialah:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3. 2 Rentang Skala

(Sugiono, 2014, p. 121)

Keterangan:

m = Jumlah Alternatif jawaban per item

n = Jumlah sampel

RS = Rentang Skala

$$RS = \frac{384(5-1)}{5}$$

$$RS = 307,2$$

Hal pertama yang perlu dilakukan saat menguji rentang skala yakni menentukan skor terendah dan tertinggi.

Tabel 3. 4 Skala Rentang

Rentang Skala	Kreteria
384 – 691,2	Sangat Tidak Baik/ Sangat Rendah
692,2 – 999,4	Tidak Baik/ Rendah
1.000 – 1.307	Cukup/ Sedang
1.308 – 1.615	Baik/ Tinggi
1.616 – 1.923	Sangat Baik/ sangat Tinggi

Sumber: Peneliti,2021

3.8.2 Uji Kualitas Data

Data yang menjelaskan pada penelitian yang berhubungan dengan uji yang dipergunakan pertama dalam skripsi ini ialah uji kualitas data, uji validitas dan uji reabilitas.

3.8.2.1 Uji Validasi Data

Menurut (Sugiono, 2014, p.267) Validitas adalah tingkat keakuratan, kekuatan data diobjek penelitian yang terjadi yang disampaikan oleh peneliti. Dipenelitian ini dilakukan uji validitas untuk menguji kevalidan kuesioner nomor item yang gugur atau valid untuk itu dikonsultasikan di table korelasi.

Maksud dari pengujian validitas ini ialah untuk memahami apakah masing-masing alat penelitian sebenarnya merupakan representasi yang akan dipakai

dalam pengukuran untuk objek yang diteliti atau variabel dari tinjauan literatur disajikan dibagian sebelumnya, menjelas bahwa ukuran bauran pemasaran yang dipakai di penelitian ini representatif dan karenanya alat yang valid dipergunakan sebagai tolok ukur untuk mengetahui keputusan konsumen pada pembelian produk Nivea di BPS Mitra Raya Batam.

Rumu validitas data diterangkan berikut ini:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}$$

Rumus 3. 3 Pearson product moment

Sumber : (Wibowo, 2012, p. 111)

Dimana:

n = jumlah dari subjek

x = skor item

y = skor total pada X

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiono, 2014, p. 268) Data bisa dikatakan *reliable* jika lebih dari dua peneliti dari *object* yang samadengan data yang sama dan hasil data yang sama pula pada masa yang berbeda, atau ketika kumpulan data tidak mendapatkan data yang berbeda ketika dibagi menjadi dua kelompok. Guna mengetahui hasil pada uji ini dapat ditentukan lewat *cronbach alpa* > 0,60 supaya bisa memastikan pada variabel yang dipakai telah *realible* . Menurut (Wibowo, 2012, p. 52) untuk menemukan ukuran angka reliabel maka metode yang digunakan adalah *cronbach's alpa* dengan rumus yaitu :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_1^2}{\sigma_x^2} \right)$$

Rumus 3. 4 Cronbach Alpha

Keterangan :

α : Reliabilitas instrumen

k : Jumlah Butir pertanyaan

σ_1^2 : Variansi tiap pertanyaan

σ_x^2 : Total varian

$\sum \sigma_1^2$: total varian item pertanyaan

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dipergunakan untuk memberikan pretes atau uji awal untuk pengumpulan data dan untuk diproses selanjutnya dari data pertama yang didapat untuk memproses lebih lanjut bentuk data dan jenis data, sehingga kebutuhan untuk didapatkan data yang tidak cukup, jadi tercukupi

3.8.3.1 Uji Normalitas Data

Menurut (Wibowo, 2012, p.61) Nilai residu biasanya berdistribusikan normal jika berbentuk suatu kurva dan akan menggambarkan berbentuk lonceng *bellshped curve*. Kedua sisi kurva meluas tak terbatas, normalitas data dipergunakan dalam menentukan mengapa nilai residu yang diperiksa mempunyai perbedaan berdistribusi normal atau tidak normal. Data dikatakan data berdistribusi normal jika terlihat titik-titik menyebar pada sekitar garis batang diagonal, berarti data tersebut telah berdistribusi normal. Ketika data dikatakan

tidak berdistribusi normal , berarti jumlah nilai data sedikit.

Menurut (Wibowo, 2012, p.72) Tes Kolmogorov-Smirnov dipergunakan bahwa data telah berdistribusi normal yang disarankan dalam uji *numeric* menggunakan titik uji didapatkan nilai total kuatitatif yang diperbandingkan.

3.8.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Sanusi, 2011, p.135) Uji heteroskedastisitas dipergunakan guna membuktikan adanya perbedaan dalam persamaan pada pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika diamati selain residu pengamatan tetap, maka dari itu disebut *homocystedacity* dan apabila tidak sama itu disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik tidak menerapkan homoseksualitas atau heteroskedastisitas.

Apabila nilai probabilitas secara signifikan berjumlah lebih besar dari nilai alpha nya (0,05), bahwa model tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Apabila nilai signifikan antar variabel adalah 1.000, maka model tidak mempunyai tanda heteroskedastisitas, atau korelasi tiap variabel atas nilai residualnya yang lebih besar dibanding nilai alphanya.

3.8.3.3 Uji Multikolinearitas

Menurut (Wibowo, 2012, p. 87) Gejala multikolinearitas ditunjukkan dengan mendeteksi dan menguji apa gejalanya. Salah satu dari banyak cara untuk mendeteksi garis lurus berganda ialah dengan mempergunakan atau menemukan alat uji VIF. Metode ini akan mencari nilai masing-masing *variable independent* dengan *variable dependent*. Instruksi tentang *variable independent* pada variabel lain dapat didasarkan atas nilai VIF. Apabila nilai $VIF < 10$, ini menjelaskan maka tidak ada hubungan antara *variable independent*.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Wibowo,2012,p.126) bahwa regresi linier berganda lebih dari dua variabel independen terhadap variabel dependen.

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

Rumus 3. 5 Linear Berganda

Sumber: (Wibowo, 2012, p.127)

Ket :

Y = Keputusan pembelian

A = konstanta

B = Nilai koefesiesn regresi

X1 = kualitas produk

X2 = promosi

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengguji sejauh mana cara ini mampu memperhitungkan variabel bebas dan memperkirakan variabel yang terikat.

Kriteria pengujinya menurut (Sugiyono, 2017) yaitu sebagai berikut:

- a. Apabila R^2 mendekati 0 maka pengaruhnya kecil.
- b. Apabila R^2 mendekati 1 maka pengaruhnya kuat.

3.9 Uji Hipotesis

Menurut (Wibowo, 2012: 124) Pengujian hipotesis ini mirip pada pengujian regresi linier berganda secara parsial, dimana sebagian tergolong pada

hipotesis penelitian. Hipotesis pada penelitian ini yakni hipotesis kausal. Hipotesis kausal ialah hipotesis dengan dua atau lebih *variable*: berisi setidaknya dua *variable*, yang hubungan sebab-akibat, bisa memprediksi hasil, terkait secara logis dengan pertanyaan penelitian dan validitas / kemampuannya. Uji pengaruh untuk melihat bagaimana *variable* kualitas produk, promosi dapat memengaruhi keputusan pembelian.

3.9.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji t ini dipergunakan dalam pengukuran apakah *variable independent* mempengaruhi *variable dependent* (terikat) pada model regresi (Agus Tri Basuki, 2014, p. 24) Kriteria penilaian uji t hitung adalah:

$$Uji\ t = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Rumus 3. 6 Uji t

(Sugiono, 2014, p.184)

Keterangan :

b_i = koefisien regresi ke-i (i=1,2,3)

S_{b_i} = standar deviasi dari koefisien b_i

1. Dikatakan *variable independent* berpengaruh terhadap *variable dependent* apabila nilai t hitung > t table maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Dikatakan *variable independent* tidak berpengaruh terhadap *variable dependent* apabila nilai t hitung > t table maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.9.2 Uji Statistik F (Simultan)

Uji F dipergunakan agar mengetahui apakah model regresi bisa dipakai untuk *variable dependent*, rumus F hitung (Wibowo, 2012, p. 132–133)

$$Uji F = \frac{SSR/k}{SSE/[n - (k + 1)]}$$

Rumus 3. 7 uji F simultan

(Sanusi, 2011, p. 126)

Keterangan :

SSE = rata-rata kuadrat

SSR = rata-rata kuadrat regresi

n = sampel

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat sig (0,05) mengartikan H_0 diterima

H_1 ditolak atau sebaliknya.