

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Terdapat beberapa jenis didalam penelitian, dibedakan dengan cara perolehan suatu datanya, salah satu jenisnya adalah penelitian kuantitatif, yang perolehan datanya didapatkan dengan memakai angka serta penganalisisannya menggunakan teknik statistika (Alfianka, 2018, p. 19). Metode penelitian kuantitatif juga digunakan agar mendapatkan suatu hubungan pada promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Cara memperoleh datanya ialah memakai teknik statistik sehingga dapat diperoleh hubungan dari satu variabel terhadap variabel lainnya.

Berdasarkan pemaparan sebuah rumusan masalah penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan penganalisaan terhadap variabel independen, yaitu: Promosi (X1), Citra Merek (X2) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y)

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini memiliki sifat deskriptif, dikarenakan penelitiannya yang menjelaskan gambaran tentang keputusan pembelian yang terdapat pada Alfamart Tiban Ciptaland Batam. Penelitian deskriptif merupakan sebuah penelitian dengan melakukan pengumpulan suatu informasi berkenaan dengan status pada adanya gejala, merupakan suatu keadaan gejala yang bersifat seadanya saat dilakukannya penelitian, tidak bertujuan membuat suatu kesimpulan untuk umum ataupun

generalisasi, adapuan penelitian deskriptif juga tidak memerlukan sebuah administrasi ataupun kontrol terhadap perlakuan (Hikmawati, 2018, p. 88) .

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dari penelitian ini berada di Tiban Ciptaland kota Batam. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisa sebuah pengaruh promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian Alfamart Tiban Ciptaland Batam.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode penelitian ini berlangsung selama 6 bulan, penelitian ini dimulai pada bulan September 2021 sampai penyusunan skripsi selesai, berikut periode penelitiannya:

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

Kegiatan	Pertemuan													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Identifikasi Masalah	■													
Studi Pustaka		■	■	■										
Metodologi Penelitian					■	■								
Pengambilan Data							■	■	■	■	■			
Pengolahan Data										■	■			
Penyusunan Laporan											■	■		
Kesimpulan													■	■

Sumber: Peneliti, 2021

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Cahyono, 2018, p. 69) populasi adalah keseluruhan suatu nilai yang memungkinkan, diperoleh dari hasil penghitungan maupun mengukur baik secara kualitatif ataupun kuantitatif yang berhubungan dengan karakteristik tertentu atas seluruh kumpulan anggota yang utuh dan jelas yang akan dipelajari dari suatu sifatnya.

Dari penjelasan diatas penelitian yang dilakukan di Alfamart Tiban Ciptaland menggunakan populasi yakni konsumen yang telah membeli di Alfamart Tiban Ciptaland, oleh karena itu populasi dengan ini, populasinya dalam penelitian dikatakan tidak terhingga.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Jika penelitiannya memiliki populasi yang tidak jumlah pastinya tidak diketahui atau memiliki pengukuran banyaknya tidak diketahui, ukuran sampel sendiri sebaiknya lebih dari 100 bisa juga lebih besar. Menurut Hair, *et al* dalam (Setyo, 2017, p. 759) jika populasi jumlah pastinya tidak diketahui maka bisa dilakukan penentuan jumlahnya sampel paling kecilnya 5 kali dan jumlahnya paling banyak adalah 10 kali berdasarkan jumlahnya item pertanyaan di dalam angket, dengan ini total pertanyaan pada penelitian ini adalah 14, oleh karena itu, besarnya penentuan sampelnya adalah: $\text{Sampel} = 14 \times 10 = 140$.

3.4.3 Teknik Sampling

Pemakaian teknik sampling dalam penelitian ini ialah probability sampling yang merupakan sampelnya diambil dengan teknik melakukan pemberian yang adil atas kesempatannya (Setyo, 2017, p. 759). Dengan menggunakan desain sampel *random sampling* yang merupakan sampel yang diambil secara acak, karena sampel seharusnya dipilih dengan kesempatan serta peluang yang sama agar dapat terpilih, jumlahnya peluang juga tidak bisa sama dengan 0, random sampling juga harus dipilih sesuai dengan metode yang tepat yang memiliki kesesuaian terkait tujuan penelitian, suatu populasi tidak dikatakan sampel jika pengambilannya salah, sampel yang baik adalah sampel yang bisa menghasilkan penggambaran terkait seluruh populasi yang dapat dipercaya (Trisliatanto, 2020, p. 65)

3.5 Sumber Data

Penelitian yang dilakukan bersumber pada data primer serta data sekunder. suatu perolehan datanya terlebih dahulu didapatkan oleh penulis secara langsung atau bisa dikatakan tidak didapatkan melalui perantara maka disebut data primer (Indriantoro & Supomo, 2018, p. 42). Dalam penelitian data primer akan didapatkan dengan cara melakukan penyebaran kuesioner yang nantinya akan diisi oleh jawaban oleh konsumennya Alfamart Tiban Ciptaland yang telah membeli produk.

Yang mana perolehan datanya tidak langsung didapatkan atau penulis memperolehnya dari penyimpanan data perusahaan ataupun perolehannya melalui perantara atau didapatkan dari pihak lain adalah data sekunder, isi dari penelitian sekunder adalah kegiatan yang sudah berlalu (Saptutyingsih & Setyaningrum,

2019, p. 143). Data sekunder yang didapat dari Alfamart Tiban Ciptaland yakni perolehan data yang disimpan oleh perusahaan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Kuesioner

Penelitian ini menggunakan kuesioner yakni sebuah daftar pertanyaan bertujuan untuk mendapatkan sebuah jawaban yang memiliki skala dari orang yang menjawabnya (Trisliatanto, 2020, p. 119). Angket akan diberikan kepada 140 responden yang telah atau sedang melakukan pembelian di Alfamart Tiban Ciptaland.

Konsumen yang terpilih menjadi responden akan memberi sebuah jawaban dengan pengalamannya melakukan pembelian di Alfamart Tiban Ciptaland, selanjutnya akan terdapat penilaian dengan skor dari daftar pertanyaan yang berisikan setuju atau tidak setuju dari nilai yang peneliti berikan.

3.6.2 Observasi

Kegiatan yang merupakan sebuah penglihatan polanya masyarakat di situasi tertentu agar peneliti bisa mendapat sebuah fenomena yang sedang hangat, observasi juga tidak mengamati manusia saja, akan tetapi objek alam lainnya juga dapat diamati merupakan teknik mengumpulkan data untuk diobservasi (Trisliatanto, 2020, p. 47). Dikarenakan peneliti tidak melakukan pelibatan diri ataupun dikatakan sebagai seorang pengamat maka peneliti dikatakan sebagai observasi nonpartisipan.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian bisa dibilang valid jika data pada variabelnya dapat terungkap dengan tepat dan tidak terdapat penyimpangan pada kondisi aslinya, instrumen juga dikatakan reliabel jika datanya yang dapat dipercaya terungkap (Yusup, 2018, p. 17).

Jenis kuesioner penelitian ini adalah model tertutup dikarenakan terdapat jawaban yang sudah peneliti sediakan penelitian ini juga menggunakan skala likert. Menurut (Saptutyingsih & Setyaningrum, 2019, p. 158) skala likert berguna saat ingin melakukan pengukuran sikap, pendapat ataupun penilaian orang ataupun kelompok berkenaan dengan keadaan sosialnya, memakai skala likert indikator variabel dapat dipaparkan dengan menggunakan variabel yang telah diukur, kemudian indikatornya akan menjadi item pertanyaan, skor yang akan diberikan dari sebuah jawaban responden, seperti:

Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert

Keterangan	Skala
Setuju/selalu/sangat positif diberi skor	5
Setuju/sering/positif diberi skor	4
Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/ negative diberi skor	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah/ diberi skor	1

Sumber: (Saptutyingsih & Setyaningrum, 2019, p. 159)

3.8 Definisi Operasional Variabel

Dalam sebuah penelitian variabel didalamnya bisa saja memiliki jumlah yang lebih dari satu, variabel dalam sebuah penelitian akan terhubung satu sama lain (Trisliatanto, 2020, p. 140). dan dalam penelitian yang dilakukan variabel yang digunakan ada dua yakni:

3.8.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel bebas mempunyai ukuran nilai serta dapat melakukan pengaruh kepada variabel yang lain seperti halnya variabel terikat (Trisliatanto, 2020, p. 140). variabel independennya yakni Promosi (X1) dan Citra Merek (X2)

3.8.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel terikat ini ialah variabelnya memiliki nilai yang bergantung atas nilai variabel yang lain terutama tergantung dengan variabel bebas (Trisliatanto, 2020, p. 140). Penelitian ini pada variabel Keputusan pembelian (Y) berperan sebagai variabel terikat.

Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Promosi penjualan (X1)	Promosi penjualan merupakan sebuah kegiatan yang dapat merangsang konsumen agar melakukan sebuah pembelian, kegiatan promosi penjualan mencakup penurunan harga bersifat sementara atau waktu yang dibatasi, dengan diskon, kontes maupun undian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frekuensi promosi 2. Kualitas promosi 3. Kuantitas promosi 4. Waktu promosi 5. Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi (Manalu, 2019, p. 8)	<i>likert</i>
Citra Merek (X2)	Citra merek merupakan sebuah nilai ataupun keyakinan seorang konsumen terhadap sebuah merek dagang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nama baik 2. Pengenalan 3. Hubungan emosional 4. Kesetiaan merek (Larika & Ekowati, 2020, p. 129)	<i>likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian dapat didefinisikan sebagai suatu tahap akhir yang dilakukan konsumen pada saat melakukan pemutusan atas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada 	<i>likert</i>

	pembelian suatu produk ataupun jasa.	orang lain 4. Melakukan pembelian ulang (Larika & Ekowati, 2020, p. 131)	
--	--------------------------------------	--	--

3.9 Metode Analisis Data

Data yang dianalisis merupakan sebuah hal yang perlu dipakai saat peneliti melakukan pengumpulan dari jawaban responden, saat melakukan penganalisisan data dengan cara pengelompokan data datanya bersumber pada variabel serta tipe respondennya. Tabulasi data didasari dari jawaban keseluruhan variabel jawaban respondennya, dengan cara menghitung agar sebuah uji hipotesis dapat dilaksanakan (Sugiyono, 2017, p. 91)

3.9.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ialah datanya dari penelitian berguna saat melakukan pengujian generalisasi dari hasil penelitian berdasarkan pada satu sampel, analisis deskriptif sendiri dipakai saat melakukan uji hipotesis deskriptif, yang mana analisisnya memiliki hasil bisa atau tidaknya hipotesis penelitian dipakai, apabila hipotesis non (H_0) diterima, dapat dikatakan bahwa hasil penelitian bisa digeneralisasikan (Nasution, 2017, p. 52). Dari data yang telah penulis kumpulkan maka bisa dilakukan pengujian terhadap pengaruh variabel bebas dan terikatnya, analisis deskriptif menggunakan sebuah rentang skala, yaitu:

Tabel 3. 4 Kriteria Analisis Deskriptif

Rentang Skala	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik/Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Tidak Baik/Rendah
2,61 – 3,40	Cukup/Sedang
3,41 – 4,20	Baik/Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat Baik/ Sangat Tinggi

Sumber : (Putri et al., 2020, p. 7)

3.9.2 Uji Kualitas Data

Pada saat melakukan analisis pada hasil dari suatu penelitian maka hal yang utama yang harus dilakukan adalah melakukan pengujian kualitas datanya, terdiri dari dua uji, yakni:

3.9.2.1 Uji Validitas Data

Uji validitas berguna sebagai pengukuran validnya terhadap pengukuran variabel yang harusnya diukur, dikarenakan jika skala pengukuran tidak valid maka penelitian tidak mempunyai manfaat karna tidak mengukur sebagai mestinya, penelitian ini menggunakan uji validitas yang menggunakan *pearson correlation*, yang mana jika nilai signifikasinya <0.05 maka penelitian dianggap tidak valid (Setyo, 2017, p. 759).

3.9.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipakai supaya bisa melihat sebuah konsistensi dari sebuah skor atau juga skala pengukuran, reliabilitas juga dipakai agar dapat melakukan pemusatan terhadap sebuah masalah ketepatan, *Cronbach alpha* digunakan untuk melihat pengujian reliabilitasnya yang pengukurannya dikatakan reliabel apabila

nilainya *cornbach alpha* > 0.6 dan *cronbach alpha if item deleted* < *cronbach alpha* (Setyo, 2017, p. 759).

3.9.3 Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, yang mana data pengujian ini terdiri dari:

3.9.3.1 Uji Normalitas

Menurut (Trisliatanto, 2020, p. 368) uji normalitas data berguna agar menunjukkan suatu pendataan sampel yang asalnya adalah populasi distribusinya normal, pengujian normalitas dapat menggunakan teknik data yakni uji chi kuadrat, uji liliefors, dan uji Kolmogorov-smirnov, penghitungan pengujian normalitas apabila nilai sig, hasilnya besar dari 0,05 (5%) maka diambil kesimpulan bahwa residual menyebar secara normal, apabila nilai sig kurang dari 0,05 (5%) maka hasilnya residualnya akan tersebar dengan tidak normal apabila nilai dari uji normalitasnya memiliki hasil dengan 0,116 atau nilai sig nya 0,20 (20%) yang mana besarnya hasil dari nilai $\alpha = 0,05$ (5%), maka dapat dikatakan residual persebarannya normal.

3.9.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Trisliatanto, 2020, p. 369) uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang digunakan saat terjadi keadaan perbedaan varian yang terdapat dalam residual dalam model regresi, agar dapat mendeteksi konstan atau tidaknya varian error maka bisa melakukan pengujian dengan gambaran grafik antara y

dengan residu, apabila titik paralel yang tersebar terbatas maka varian errornya dinyatakan konstan,

Dengan menggunakan grafik scatterplots, uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari titik-titik yang tersebar, jika terdapat titik yang acak atau persebaran titik terdapat diatas maupun dibawah, ataupun di daerah 0 serta tidak membentuk suatu pola maka dapat dinyatakan penelitian tidak terdapat heteroskedastisitas

3.9.3.3 Uji Multikolinearitas

Menurut (Trisliatanto, 2020, p. 369) uji multikolineritas merupakan suatu penghitungan suatu koefisien korelasi ganda dan juga melakukan perbandingan atas koefisien korelasi antar variabel bebas yang nantinya dilaksanakan dengan pengujian regresi yang mana nilainya VIF (Variance Inflation Factor) sebagai patokan dan juga koefisien korelasi antar variabel bebasnya. dan standar yang akan dipakai sebagai berikut:

- a. Apabila nilai VIF yang memiliki angka 1 atau mempunyai toleransi yang dekat dengan 1 maka akan dinyatakan tidak mempunyai masalah multikolinearitas pada model regresi
- b. Apabila nilainya kurang dari 0,5 terhadap koefisien korelasi antara variabel bebas maka multikolinearitas tidak memiliki masalah.

3.9.4 Uji Pengaruh

3.9.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Penggunaan analisis regresi berganda agar dapat tau besarnya pengaruh antara variabel independen yang mana Promosi (X1), Citra Merek (X2) terhadap

Keputusan Pembelian (Y) pada konsumen yang melakukan pembelian di Alfamart Tiban Ciptaland. Alasan penulis memilih analisis linear berganda dikarenakan variabel bebas nya memiliki jumlah yang lebih dari satu. Menurut (Yan et al., 2018, p. 105) Analisis regresi linear berganda dipakai agar dapat tahu pengaruhnya dari variabel independen terhadap variabel dependennya, yang mana variabel bebasnya adalah (X1) dan (X2), variabel terikatnya (Y), rumus persamaan analisis regresi linear berganda yaitu:

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

Rumus 3. 1 Regresi Linear Berganda

Keterangan:

Y	=	Keputusan pembelian
X1	=	Promosi
X2	=	Citra merek
a	=	Konstanta
β_1, β_2	=	Koefisien regresi
e	=	Error

3.9.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) ialah sebuah alatnya yang berguna dalam pengukuran sejauh mana variabelnya saat menjelaskan macamnya variabel terikat, koefisien determinasi memiliki nilai di rentang nol atau satu, nilai R² yang kecilnya merupakan kapasitas variabel independen dalam melakukan penjelasan pada variasi variabel indepen yang sangat terbatas, hasil akan semakin bagus pada model regresi jika R² semakin besar atau hampir dekat dengan 1, dan variabel independennya secara menyeluruh tidak bisa memaparkan variabel dependen jika model regresi nilainya mendekati 0 (Saptutyningasih & Setyaningrum, 2019, p. 117).

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji t Koefisien Regresi Parsial

Menurut (Setiawan, 2017, p. 6) uji t juga dapat dikenal sebagai uji parsial yang berfungsi untuk melakukan pengujian terhadap pengaruh dari masing-masing variabel independen atas variabel terikatnya, biasanya uji t dapat dipakai melalui cara perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Apabila nilai t_{hitung} besarnya lebih dari t_{tabel} dan nilai signifikasinya $<0,05$ dikatakan jika antara variabelnya memiliki pengaruh.

3.10.2 Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Uji F akan dipakai saat ingin mengetahui semua variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terkait variabel terikat, pengujian digunakan agar dapat melihat sebuah perbandingan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} yang persentasenya adalah 5% ($\alpha = 0,05$) (Sugiyono, 2017, p. 173). Jika nilai $F_{hitung} \geq$ dari nilai F_{tabel} dengan ini variabel bebas akan dengan serentak akan membuat pengaruh yang memiliki makna atas variabel terikat atau dapat diterimanya hipotesis pertama, dapat dilihat uji F pada table ANOVA dalam kolom sig, contohnya pada saat penggunaan taraf signifikansi 5% (0,05) apabila suatu nilainya probabilitas kurang dari 0,05 dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara serentak terkait variabel bebas terhadap variabel terikat, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara serentak terkait variabel bebas atas variabel terikat. Menurut (Saptutyningasih & Setyaningrum, 2019, p. 116) kriteria dalam mencari uji serentak/simultan F adalah:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$ ditolak

Jika $F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$ diterima