

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Desain Penelitian**

Cetak biru bagi peneliti tentang prosedur dan teknik yang akan dipakai pada setiap tahapan penelitian, yaitu prosedur pengumpulan data, pengukuran variabel penelitian, dan analisis data merupakan pengertian desain penelitian (Nuryaman & Christina, 2015: 18). Pada penelitian ini menggunakan adanya kemungkinan sebab akibat antar suatu variabel yang mempengaruhi variabel bebas dengan terikat yaitu desain penelitian kausalitas, maka adanya pengaruh lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian.

#### **3.2. Operasional Variabel**

Objek penelitian yang di amati oleh peneliti berdasarkan karakteristik untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat disebut operasional variabel (Sujarweni, 2018: 174).

##### **3.2.1. Variabel Independen**

Variabel yang mempengaruhi timbulnya variabel terikat atau yang menjadi suatu perubahannya disebut variabel independen (Sujarweni, 2018:174). Variabel bebas (X) yang diteliti yaitu.

Indikator lokasi (Sari & Agung, 2017: 28) terdiri dari:

1. Mencari lokasi yang cocok atau strategis
2. Akses mudah dijangkau oleh konsumen
3. Lahan parkir yang luas
4. Lokasi yang dihuni banyak transportasi lewat
5. Memiliki tempat yang cukup luas

Indikator Promosi (Daud, 2018: 177) terdiri dari:

1. Pemasangan papan reklame
2. Penggunaan iklan di media
3. Penggunaan brosur sebagai media informasi
4. Menggunakan pameran di tempat yang sudah disediakan
5. Penyampaian informasi oleh karyawan
6. Ketepatan waktu untuk berpromosi

### **3.2.2. Variabel Dependen**

Variabel yang menjadi akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel bebas disebut variabel dependen (Sujarweni, 2018: 174). Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini yaitu.

(Diyagitama et al., 2019: 60-61) menyatakan terdapat lima indikator keputusan pembelian dilakukan oleh konsumen pelanggan yaitu:

1. Keunggulan produk
2. Keinginan membeli lagi dan loyal terhadap produk
3. Menganjurkan orang lain untuk membeli

## 4. Pengevaluasian Terhadap Produk

## 5. Membeli ulang produk yang pernah digunakan sebelumnya

**Tabel 3. 1** Definisi Operasional

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pengukuran</b>
Lokasi (X1)	Suatu tempat untuk dijadikan sebagai potensial untuk menjalankan usaha bagi perusahaan dan berbagai aktivitas yang memasarkan produk perusahaan kepada konsumen disebut lokasi(Listyawati, 2017:52).	1. Lokasi yang strategis 2. Akses yang mudah dijangkau 3. Lahan parkir yang luas 4. Lokasi yang dihuni banyak transportasi yang lewat 5. Memiliki tempat yang cukup luas (Sari & Agung, 2017:28)	Likert
Promosi (X2)	Promosi adalah informasi yang memberi penjelasan untuk menarik konsumen tentang produk yang dipasarkan (Daud, 2018:177)	1. Pemasang papan reklame 2. Penggunaan iklan di media massa 3. Penggunaan brosur sebagai media informasi 4. Menggunakan pameran di tempat yang sudah disediakan 5. Penyampaian informasi oleh karyawan 6. Ketepatan waktu untuk berpromosi (Sari & Agung, 2017:28)	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian adalah konsumen yang membeli produk dengan merek yang diinginkan dengan memperhatikan 2 faktor yaitu membeli atau mempertimbangkan dulu (Daud, 2018: 177)	1. Keunggulan produk 2. Keinginan membeli lagi dan loyal terhadap produk 3. Menganjurkan orang lain untuk membeli 4. Pengevaluasian terhadap produk 5. Membeli ulang produk yang pernah digunakan sebelumnya (Diyagitama et al., 2019: 60-61)	Likert

**Sumber :** (Listyawati, 2017), (Daud, 2018), (Sari & Agung, 2017), (Diyagitama et al., 2019)

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1. Populasi**

Obyek/subyek yang diteliti oleh peneliti pada sekumpulan individu yang karakteristik tertentu dan mempunyai kualitas kemudian dapat ditarik kesimpulannya disebut populasi (Gerung et al., 2017: 2225). Pada Meta Property konsumen yang dijadikan populasi adalah sebanyak 139 responden.

#### **3.3.2. Sampel**

Bagian dari sekelompok individu yang mau diteliti dengan jumlah dan karakteristik yang dimiliki disebut sampel (Gerung et al., 2017: 2225). metode pengambilan sampel dengan sekelompok individu dapat dijadikan sampel disebut sampel jenuh atau sensus. Jumlah sampel adalah 139 responden.

### **3.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data**

#### **3.4.1. Teknik Pengumpulan Data**

Metode disini menggunakan kertas kuesioner dan studi pustaka, Peneliti harus menyebarkan kuesioner kepada konsumen sebagai sampel untuk mendapatkan data dan keperpustakaan untuk mencari buku ataupun jurnal yang akan digunakan. Berikut dua metode atau teknik yang digunakan.

##### **1. Metode Kuesioner**

Metode yang digunakan disini adalah kertas yang berisi sejumlah pertanyaan kepada responden tersebut untuk mendapatkan informasi tentang laporan yang diperlukan (Hartini, 2017: 410).

##### **2. Studi Pustaka**

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan maka peneliti harus mencari buku, artikel, jurnal ilmiah yang berkaitan materi yang sedang diteliti (Listyawati, 2017: 55).

### 3.4.2. Alat Pengumpulan Data

Peneliti untuk mengukur nilai variabel maka menggunakan skala likert. Skala likert di gunakan disini agar membantu peneliti dengan maksud untuk mengumpulkan data agar menjadi runtut atau mudah memperoleh.

**Tabel 3. 2** Skala *likert*

Skala <i>likert</i>	Kode	Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-Ragu	RG	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

**Sumber:** (Sugiyono, 2012: 94)

### 3.5. Metode Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2012: 147) metode yang digunakan disini adalah kegiatan mengumpulkan data berdasarkan jenis kelamin, jumlah pendapatan, dan tingkat pendidikan dari responden kemudian mentabulasikan data tersebut untuk Melakukan perhitungan yang menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah diajukan.

### 3.5.1. Analisis Deskriptif

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

**Rumus 3. 1** Rentang Skala

**Sumber :** (Umar, 2011: 164)

Keterangan:

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban setiap item

RS = rentang skala

Jumlah sampel yang digunakan adalah 139 responden, untuk itu terlebih dahulu harus ditentukan skor terendah dan skor tertinggi untuk mencari rentang skala, alternatif jawaban dengan jumlah 5 banyaknya, maka dapat dilihat rentang skala yang dihitung pada bawah ini adalah sebagai berikut:

$$\text{RS} = \frac{139(5-1)}{5}$$

$$\text{RS} = \frac{139(4)}{5}$$

$$\text{RS} = 111$$

**Tabel 3. 3** Rentang Skala

Rentang Skala	Kriteria
139 – 250	Sangat tidak setuju
251 – 362	Tidak setuju
363 – 474	Netral
475 – 586	Setuju
587 – 698	Sangat setuju

**Sumber:** Peneliti, 2020

### 3.5.2. Uji Kualitas Data

#### 3.5.2.1. Uji Validitas Data

Pada taraf signifikansi 0,05 digunakan untuk mengukur tingkat validitas kuesioner (Hartini, 2017: 411). Uji coba ini dibantu menggunakan program SPSS versi 25.

Cara menguji ini adalah dengan melihat nilai koefisien korelasi *pearson product moment* yaitu jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel, maka item item kuesioner dinyatakan valid karena berkorelasi terhadap skor total, Berikut rumus yang akan digunakan :

$$r = \frac{n(\sum XY - (\sum X)(\sum Y))}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

**Rumus 3.2** Korelasi *product moment*

**Sumber :** (Sujarweni, 2018: 132)

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi
- X = Skor butir
- Y = Skor total dari butir
- n = Jumlah sampel (responden)

#### 3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Suatu alat yang dipakai untuk menunjukkan indeks sejauh mana dapat dipercaya dengan gejala yang dan hasil yang konsisten dan alat tersebut dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6 disebut uji reliabilitas (Listyawati, 2017: 55). Hasil uji akan dibantu dengan SPSS 25.

### **3.5.3. Uji Asumsi Klasik**

#### **3.5.3.1. Uji Normalitas**

Untuk menguji apakah residual, variabel pengganggu, dan model regresi memiliki distribusi normal maka digunakan uji normalitas dengan melihat analisis grafik yaitu histogram dalam bentuk lonceng dan normal *Probability plot* dengan yang titik-titiknya berada pada garis sekitar (Edwar & ristia dewi, 2017: 1415).

Pada uji Kolmogorov-Sminornov jika residual berdistribusi normal maka nilai uji harus  $\geq 0,05$  (Sujarweni, 2018: 179). Pada uji coba ini dibantu menggunakan program SPSS versi 25.

#### **3.5.3.2. Uji Multikolinearitas**

Jika nilai tolerance  $\geq 0,10$  atau nilai VIF  $\leq 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas, untuk menguji apakah apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen maka peneliti menggunakan uji multikolinearitas ini (Edwar & ristia dewi, 2017: 1416). Pada uji coba ini dibantu menggunakan program SPSS 25.

#### **3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas**

Nilai probabilitas signifikansi pada uji heteroskedastisitas adalah diatas 5 persen, jika lebih dari itu maka menunjukkan bahwa model regresi tidak adanya masalah pada heteroskedastisitas, pada uji heteroskedastisitas ini menggunakan uji glejser untuk menguji nilai regresi absolut residual terhadap varibel independen

(Edwar & ristia dewi, 2017: 1416). Uji coba ini dibantu menggunakan program SPSS versi 25.

### 3.5.4. Uji Pengaruh

#### 3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel dependen baik secara parsial maupun simultan atau untuk mengetahui juga hubungan variabel bebas dengan variabel terikat yaitu lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen maka digunakan analisis regresi berganda. Pada uji coba ini dibantu dengan program SPSS versi 25. Rumus yang digunakan adalah :

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

**Rumus 3. 3** Regresi linear berganda

**Sumber :** (Sujarweni, 2018: 180)

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_i$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Lokasi

$X_2$  = Promosi

$\epsilon$  = Variabel pengganggu

#### 3.5.4.2. Analisi Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut (Sujarweni, 2018: 181) Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu antara nol dan satu. Jika nilai koefisien besarnya mendekati angka 1, maka

variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika nilai koefisien determinasi = 0, maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel bebas yang terbatas artinya nilai  $R^2$  kecil. Koefisien determinasi biasanya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel terikat.

### 3.5.5. Uji Hipotesis

Menurut (Listyawati, 2017: 56) untuk menguji hipotesis digunakan 2 metode (uji parsial dan simultan), apabila hasil analisis hipotesis menghasilkan persamaan regresi yang bersangkutan adalah dapat dipertanggungjawabkan atau nilai signifikan, maka persamaan regresi tersebut dapat digunakan untuk mengetahui variabel Y dan juga untuk membuktikan hipotesis yang diajukan.

#### 3.5.5.1. Uji T

Apabila  $t$  hitung  $> t$  tabel maka dapat dinyatakan bahwa adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji T adalah uji yang digunakan untuk mengetahui adanya hubungan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan taraf signifikansi 5 persen (Sujarweni, 2018: 181). Rumus  $t$  hitung adalah :

$$t = \frac{R\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-R^2}}$$

**Rumus 3. 4 Uji T**

**Sumber :** (Widodo, 2017: 209)

Keterangan :

T = Nilai t

R = Koefisien korelasi

$R^2$  = Koefisien determinasi

N = Banyaknya sampel

### 3.5.5.2. Uji F

Apabila nilai F hitung  $> F$  tabel dengan nilai signifikan  $< 0,05$  maka adanya pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen, pada uji f ini digunakan untuk mengetahui suatu kelayakan data (Sujarweni, 2018: 181). Di bawah ini rumus F yaitu:

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

**Rumus 3. 5 Uji F**

**Sumber :** (Widodo, 2017: 209)

Keterangan:

F = Nilai F

$R^2$  = Koefisien determinasi

K = Banyaknya variabel bebas

n = Banyaknya sampel

### 3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

#### 3.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian penulis disini adalah pada Meta Property di jalan Raja H. Fisabilillah komp. Ruko Citra Indah Blok A1 no 6-7, Teluk Tering, Tlk. Kota Batam

#### 3.6.2. Jadwal Bimbingan

**Tabel 3. 4** Jadwal Penelitian

Kegiatan	Waktu Kegiatan																	
	Sept 2019				Okto 2019				Nov 2019			Des 2019			Jan 2020			Feb 2020
	4	1	2	3	4	2	4	1	2	3	1	2	3	1				
Pengajuan Judul																		
Penyusunan Bab I																		
Penyusunan Bab II																		
Penyusunan Bab III																		
Sebar kuesioner																		
Pengolahan Data																		
Penyusunan Bab IV & V																		
Pengumpulan Skripsi																		

**Sumber:** Peneliti, 2020