

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menguji harga, promosi dan distribusi sebagai variabel indenpenden dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen dan objek penelitian adalah Pelanggan PT Pacific Batam Perkasa.

Menurut (Sanusi, 2011 : 13) Desain penelitian merupakan cara mengumpulkan data, teknik sampling yang dipilih, dan alat analisi data yang digunakan, dan lain-lain. Desain penelitian dapat dikategorikan beberapa macam, yaitu desain penelitian deskriptif, kausalitas, korelasional, tindakan, eksperimental, dan *grounded*. Desain penelitian ini menggunakan desain kausalitas yaitu desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel harga, promosi dan distribusi terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini dilakukan pada lingkup yang tidak terlalu luas, sehingga kuesioner dapat diantarkan langsung dalam waktu yang tidak lama. Dengan adanya kontek langsung antara penelitian dengan responden akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan sukarela akan memberikan data obyektif dan cepat.

3.2. Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2012 : 39) Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan dan diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel Independen

Variabel Independen disebut Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya dan timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel independen adalah harga, promosi dan distribusi.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah keputusan pembelian.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	No Kuesioner	Skala
Harga (X ₁)	Harga yang merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang sering kali dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian tidak bisa dikesampingkan oleh perusahaan. (Kotler & Armstrong, 2008 : 13)	1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	X1_1a X1_1b X1_2 X1_3 X1_4	Skala Likert

Lanjutan tabel 3.1

Promosi (X ₂)	Promosi adalah suatu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. (Tjiptono, 2008 : 219)	1. Kegiatan periklanan di media massa. 2. Dengan memberikan diskon atau potongan harga 3. Mensponsori suatu kegiatan	X2_1 X2_2a X2_2b X2_3	Skala Likert
Distribusi (X ₃)	Saluran distribusi merupakan seperangkat lembaga yang melakukan kegiatan untuk menyalurkan, menyebarkan, mengirim serta menyampaikan barang yang di pasarkannya itu kepada konsumen. (Gitosudarmo, 2008 : 253)	1. Sistem transportasi 2. Ketersediaan Produk 3. Waktu Penantian	X3_1 X3_2 X3_3	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan segala sesuatu yang dikerjakan konsumen untuk membeli, membuang, dan menggunakan produk dan jasa. (Tjiptono, 2008 : 220)	1. Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk 2. Keinginan mencoba 3. Kemantapan akan kualitas suatu produk 4. Keputusan pembelian ulang	X1_1 X1_2 X1_3 X1_4	Skala Likert

Sumber: (Kotler & Armstrong, 2008 : 13), (Tjiptono, 2008 : 219), (Gitosudarmo, 2008 : 253) dan (Tjiptono, 2008 : 220).

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut (Sugiyono, 2012 : 80) populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Objek penelitian adalah pelanggan tepung terigu Jawa yang terbagi di beberapa lokasi kota Batam, total populasi yang diambil adalah 210 pelanggan tepung terigu Jawa pada PT Pacific Batam Perkasa.

3.3.2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2012 : 80) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Jadi peneliti akan mengambil beberapa representatif dari suatu populasi dan kemudian diteliti. Representatif dari populasi ini yang dimaksud dengan sampel.

Menurut (Noor, 2011 : 158) Dalam menentukan ukuran sampel penelitian, penulis menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad \text{Rumus 3.1 Rumus Slovin}$$

Sumber: (Noor, 2011 : 158)

Dimana:

n = Jumlah elemen/ anggota sampel

N = Jumlah elemen / anggota populasi

e = *Error Level* (tingkat kesalahan)

Berdasarkan rumus Slovin diatas, maka jumlah sampel yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Jumlah sampel yang diambil :

$$n = \frac{210}{1 + (210 \times 0,05^2)} = \frac{210}{1 + (210 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{210}{1 + 0,525} = \frac{210}{1,525} = 137.704918 \text{ dibulatkan menjadi } 138.$$

Sampel yang digunakan adalah sebanyak 138 orang.

Dengan menggunakan titik presisi/error level 5% dengan jumlah populasi sebanyak 210 orang pelanggan tepung terigu Jawa, dari rumus diatas, maka didapatkan jumlah sampel sebesar 138 Responden.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling*, lebih tepatnya *Simple Random Sampling*.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah penyebaran kuisioner (angket), yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2008 : 142). Angket ini digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh harga, promosi, dan distribusi terhadap keputusan pembelian tepung terigu Jawa pada pelanggan PT Pacific Batam Perkasa.

Alat yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah berupa daftar pertanyaan (kuesioner) yakni dengan menyebarkan daftar pertanyaan (kuesioner) tersebut kepada 138 responden. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 16 item pernyataan.

Skala yang digunakan dalam kuesioner ini adalah skala likert. Menurut (Sanusi, 2011 : 59) skala likert adalah skala yang di dasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan dengan indikator- indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Skala Likert lazim menggunakan lima titik dengan label kurang setuju di posisi tengah (ketiga).Skala likert paling banyak dipakai sehingga lebih populer dibanding skala lainnya. Berikut adalah contoh tabelnya maka jawaban itu dapat di beri skor misalnya.

Tabel 3.2 Skala Likert Pada Teknik Pengumpulan Data

Keterangan	Skala
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sanusi, 2011 : 59)

3.5. Metode Analisis Data

Metode analisis dipergunakan untuk mendapatkan keterangan tentang besarnya kekuatan variabel *independent* terhadap perubahan variabel *dependent* dengan

menggunakan metode regresi linier berganda. Metode analisis ini terdiri dari metode analisis deskriptif kuantitatif dan uji kualitas data. Menurut (Sugiyono, 2012 : 147) penelitian kuantitatif, merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif data berisi data mengenai deskripsi dari jawaban responden yang mengisi data kuisioner dalam penelitian. Menurut (Wibowo, 2012 : 56) menyatakan statistik deskriptif adalah ilmu statistik yang menjelaskan tentang bagaimana data akan dikumpulkan dan selanjutnya diringkas dalam unit analisis yang penting yang meliputi; frekuensi, nilai rata rata (*mean*), nilai tengah (*median*), modus, dan *range* serta variasi lain. Bidang statistik ini dapat dicirikan dengan:

1. Hanya menyajikan data, biasanya dalam bentuk table dan grafik.
2. Meringkas dan memberi penjelasan data, untuk memberi gambaran distribusi dan sebaran data.

3.5.2. Uji Kualitas Data

Ada dua syarat penting yang berlaku pada uji kualitas data dalam sebuah kuesioner yaitu harus valid dan reliabel. Suatu kuesioner dikatakan valid (sah/akurat) jika butir pertanyaan pada suatu kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu butir pertanyaan dikatakan reliabel (konsisten) jika jawaban seseorang terhadap butir pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jika butir-butir pertanyaan tersebut sudah valid dan reliabel berarti butir-butir tersebut sudah dapat mengukur faktornya, yang kemudian menguji apakah faktor-faktor sudah valid untuk mengukur konstruk yang ada. Analisis dimulai dengan menguji validitas terlebih dahulu dan diikuti uji reliabilitas menurut (Sunyoto, 2011 : 68).

3.5.2.1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. Instrumen yang dicapai apabila data yang dihasilkan dari instrumen tersebut

sesuai dengan data atau informasi lain yang mengenai variabel penelitian yang dimaksud. (Sunnyoto, 2011 : 69).

Rumus korelasi yang dapat digunakan adalah yang dikemukakan oleh *pearson*, yang dikenal dengan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY}{\sqrt{(\sum X^2)(\sum Y^2)}} \quad \textbf{Rumus 3.2 Uji Validitas}$$

Sumber: (Sunnyoto, 2011 : 69)

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kalipun diambil, tetap akan sama. Reliabilitas menunjukkan pada tingkat kehandalan sesuatu. Reliabel artinya, dapat dipercaya jadi dapat diandalkan. Menurut Suharsimi dalam (Sunnyoto, 2011 : 70).

Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika *cronbach's alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika lebih kecil. Dalam penelitian ini menggunakan rumus alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad \text{Rumus 3.3 Uji Relibilitas}$$

Sumber: (Sunyoto, 2011 : 70)

Kriteria diterima dan tidaknya suatu data reliable atau tidak jika; nilai alpha lebih besar dari pada nilai kritis product moment, atau nilai r tabel. Dapat pula dilihat dengan menggunakan nilai batasan penentu, misalnya 0.6. Nilai yang kurang dari 0.6 dianggap memiliki reliabilitas yang kurang, sedangkan nilai 0.7 dapat diterima dan nilai diatas 0.8 dianggap baik (sekaran,1992). Cara membandingkan nilai dengan tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas berikut ini :

Tabel 3.3 Indeks Koefisien Reliabilitas

No	Nilai Interval	Kriteria
1	< 0,20	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,5999	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1,00	Sangat Tinggi

Sumber: (Sunyoto, 2011 : 71)

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi digunakan untuk memberikan *pre-test*, atau uji awal terhadap suatu perangkat atau instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data, bentuk data, dan jenis data yang akan diproses lebih lanjut dari suatu kumpulan data awal yang telah diperoleh, sehingga syarat untuk mendapatkan data yang tidak bias menjadi terpenuhi

atau, sehingga prinsip *best linier unbiased estimator* atau *BLUE* terpenuhi. Menurut (Wibowo, 2012 : 61).

3.5.3.1. Uji Normalitas

Menurut (Wibowo, 2012 : 61) uji ini dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang kalau digambarkan akan berbentuk lonceng, *bell-shaped curve*. Selain itu normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan histogram regression residual yang sudah distandarkan, analisis *chi-square* dan juga menggunakan nilai *kolmogorov smirnov*. Kurva nilai residual terstandarisasi dikatakan normal jika nilai probability Sig (2 teiled) $> \alpha$; sig $> 0,05$.

3.5.3.2. Uji Multikolonieritas

Menurut (Wibowo, 2012 : 87) menyatakan bahwa cara untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah dengan menggunakan atau melihat *tool* uji yang disebut *variance inflation factor* (VIF). Caranya adalah dengan melihat nilai masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Pedoman dalam melihat apakah suatu variabel bebas memiliki korelasi dengan variabel bebas yang lain dapat dilihat berdasarkan nilai VIF tersebut. Jika nilai VIF kurang dari 10, itu menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolinearitas, artinya tidak terdapat hubungan anatara variabel bebas.

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Wibowo, 2012 : 93) suatu model dikatakan memiliki problem heteroskedastisitas itu berarti ada atau terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama. Gejala ini dapat pula diartikan bahwa dalam model terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi tersebut. Untuk menganalisis heteroskedastisitas digunakan uji Park Gleyser dengan cara mengorelasikan nilai absolute residualnya dengan masing-masing variabel independen. Jika hasil nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikansi > nilai alpha-nya (0,05), maka model tidak mengalami heteroskedastisitas.

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1. Analisis Regresi Berganda

Menurut (Wibowo, 2012 : 126) model regresi linear berganda dengan sendirinya menyatakan suatu bentuk hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat dengan menentukan nilai Y (sebagai variabel dependen) dan untuk menaksir nilai-nilai yang berhubungan dengan X (sebagai variabel independen), dengan menggunakan rumus statistik atau model matematis.

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

Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda

Sumber : (Wibowo, 2012 : 127)

Keterangan :

Y : Variabel Keputusan Pembelian

a : Nilai Konstanta

$b_{1,2,3}$: Nilai Koefisien Regresi

X_1 : Variabel Harga

X_2 : Variabel Promosi

X_3 : Variabel Distribusi

e : *Error*

3.5.4.2. Analisis Determinasi (R^2)

Menurut (Wibowo, 2012 : 135) analisis ini digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Koefisien tersebut dapat diartikan sebagai besaran proporsi atau persentase keragaman Y (variabel terikat) yang diterangkan oleh X (variabel bebas). Uji R^2 (koefisien determinasi) ini untuk melihat kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 mempunyai range antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Tampilan di program SPSS ditunjukkan dengan melihat besarnya *R square* pada tampilan *model summary*.

3.5.5. Uji Hipotesis

3.5.5.1. Uji Hipotesis F (Simultan)

Menurut (Sugiyono, 2010 : 257) Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Rumus Uji f adalah:

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

Rumus 3.5 Uji f

Sumber : (Sugiyono, 2010 : 257)

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah data atau kasus

F hasil perhitungan ini dibandingkan dengan F_{tabel} yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level 5% atau dengan *degree freedom* = $n - k - 1$ dengan kriteria sebagai berikut:

1. H_0 ditolak jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ artinya variabel harga, promosi, dan distribusi secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. H_0 diterima jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ artinya variabel harga, promosi, dan distribusi secara bersamaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3.5.5.2. Uji Hipotesis T

Menurut (Sugiyono, 2010 : 250) uji t berarti melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Rumus uji t sebagai berikut:

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

Rumus 3.6 Uji t

Sumber: (Sugiyono, 2010 : 250)

Keterangan:

t = Distribusi t

n = Jumlah data

r = Koefisien korelasi parsial

r^2 = Koefisien determinasi

T hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t_{table} dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan sebagai dasar perbandingan sebagai berikut :

Harga Terhadap Keputusan Pembelian

1. H_0 ditolak jika nilai $-t_{table} < t_{hitung} < t_{table}$ artinya variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. H_0 diterima jika nilai $t_{hitung} > t_{table}$ atau $t_{hitung} < -t_{table}$ artinya variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

1. Ho ditolak jika nilai $-t_{table} < t_{hitung} < t_{table}$ artinya variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Ho diterima jika nilai $t_{hitung} > t_{table}$ atau $t_{hitung} < -t_{table}$ artinya variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian

1. Ho ditolak jika nilai $-t_{table} < t_{hitung} < t_{table}$ artinya variabel distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Ho diterima jika nilai $t_{hitung} > t_{table}$ atau $t_{hitung} < -t_{table}$ artinya variabel distribusi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini penulis melakukan penelitian dengan mengambil objek penelitian. Lokasi penelitian adalah PT Pacific Batam Perkasa yang beralamat di komplek Repindo Industrial Estate Blok DII No.01, Batu Ampar Batam, Kepulauan Riau. Adapun penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengaruh harga, promosi, dan distribusi terhadap keputusan pembelian tepung terigu Jawa pada pelanggan PT Pacific Batam Perkasa di Batam.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Waktu penelitian ini berlangsung dari bulan September 2017 sampai dengan bulan Februari 2018.

Tabel 3.4 Waktu Penelitian

Keterangan	Sept-17	Okt-17	Nov-17	Des-17	Jan-18	Feb-18
Pengajuan Judul						
Bab I						
Bab II						
Bab III						
Kuesioner						
Mengolah Data						
Bab IV						
Bab V						
Daftar Pustaka						
Daftar Isi						
Abstrak						
Penyerahan Hasil Penelitian						

Sumber: Diolah oleh peneliti (2017)