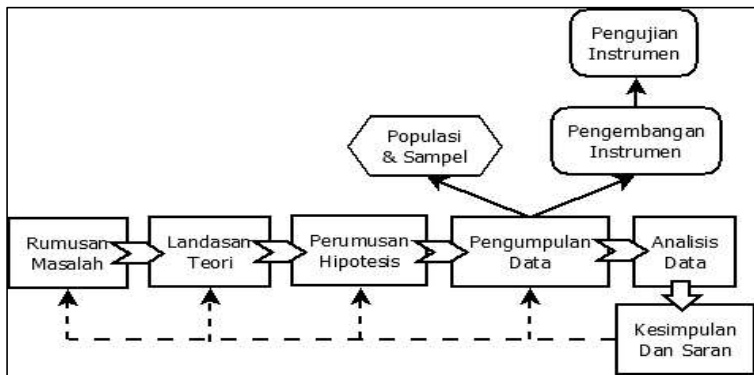


BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Langkah penting yang dilakukan dalam riset, terutama untuk penelitian kuantitatif ialah membuat desain penelitian. Desain riset ini ialah sebuah cetak biru teruntuk peneliti. Oleh sebab itu perencanaan desain harus dilakukan sebelum peneliti melakukan pekerjaan (Sanusi, 2011: 13). Penelitian ini bertujuan untuk mencari hubungan assosiatif yang bersifat hubungan klausal.

Proses penelitian kuantitatif dikembangkan seperti gambar berikut:



Gambar 3.1 Komponen dan proses penelitian kuantitatif

3.2 Operasional Variabel

Variabel riset ini ialah atribut atau sebuah fitur, fitur seseorang, suatu objek, atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu untuk diperiksa dan kemudian

kesimpulan yang ditarik oleh peneliti. Untuk analisis ini, variabelnya adalah variabel bebas dan variabel terikat (Sugiyono, 2014: 38)

3.2.1 Variabel Bebas (Independen)

Berdasar (Sugiyono, 2014: 39) Variabel bebas ialah variabel yang dapat mempengaruhi atau memicu pergeseran atau munculnya variabel terikat (terikat). Variabel bebas analisa riset ini ialah Harga (X1) dan Promosi (X2).

3.2.2 Variabel Terikat (Dependen)

Berdasar (Sugiyono, 2014: 39) Variabel terikat ialah variabel yang dapat dipengaruhi atau disebabkan oleh variabel bebas. Variabel terikat analisa riset ini ialah Keputusan Pembelian (Y).

Deskripsi operasional dari variabel riset secara rinci dapat ditinjau ke dalam penjelasan tabel di bawah ini yakni:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Pengertian	Parameter	Skala
Harga	suatu kebijakan dilontarkan ke pada konsumen agar konsumen mengetahui benda yang inginkannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga 2. Kecocokan harga yang diperoleh dengan kualitas produk yang didapat 3. Persaingan harga 4. Kecocokan harga dengan perolehan manfaat 	Likert

Tabel 3. 1 Lanjutan

Promosi	suatu agenda yang dijalankan oleh perusahaan teruntuk menarik perhatian pelanggan atau pembeli agar dapat meningkatkan penjualan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan di media 2. Penjualan langsung 3. Informasi dari mulut ke mulut 	Likert
Keputusan Pembelian	suatu kegiatan dalam melakukan pembelian yang dimana disaat itu juga untuk memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan suatu masalah atau suatu kebutuhan 2. Pencarian suatu Informasi 3. Evaluasi secara Alternatif 4. Keputusan dalam Pembelian 5. Perilaku sesudah pembelian 	Likert

Sumber : Penelitian 2020

3.3 Populasi dan sampel

3.3.1 Populasi

Berdasar (Sugiyono, 2018: 117) Populasi ialah bidang secara umum meliputi dari: objek atau subjek dengan ciri serta atribut secara khusus yang peneliti tetapkan untuk dipergunakan analisa riset sehingga dapat diambil kesimpulan. Dalam riset

yang menjadi populasi ialah mencakup masyarakat kota batam yang pernah berbelanja di Top 100 grand batam mall

3.3.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018: 118) Sampel ialah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel yang dijelaskan dalam analisis ini ialah para pengunjung yang datang ke TOP 100 Grand Batam Mall. Teknik pemilihan sampel yang dipergunakan ialah purposive sampling. Teknik ini ialah teknik teruntuk penentuan sampel dengan kriteria tertentu dan digunakan untuk mengatasi masalah peneliti dengan mengedarkan kuesioner sehingga temuan analisis ini lebih pasti dan tepat. Kriteria yang diambil ialah masyarakat kota Batam yang pernah melakukan berbelanja di TOP 100 Grand Batam Mall. Dikarenakan populasi tidak diketahui maka untuk penentuan total sampel dalam riset ini menggunakan rumus Lemeshow (Aggraeni Faridha., 2016).

$$n: \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Penjelasan:

n: Total Sampel

Z: harga standar normal 95% : 1,96

P: Estimator proporsi populasi 0,5

d: Interval/Penyimpangan : 10 persen atau 0,1

q : 1-p

$$n : \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 1 - 0,5}{0,1^2} : 96,04 : 96 \text{ responden}$$

3.4 Teknik Pengumpulan data

Langkah strategis dalam riset ini ialah teknik pengerjaan data, karena tujuan utama penelitian adalah mengumpulkan data. Peneliti tidak bisa memperoleh data yang mencukupi persyaratan data yang ditentukan tanpa mengetahui teknik analisis data (Sugiyono, 2014: 224).

Data terkait penelitian ialah data primer di mana data yang dihimpun secara langsung dari objek riset adalah pendapat responden tentang Harga dan Promosi di TOP100 Grand Batam Mall. Kuesioner digunakan sebagai alat bantu data untuk melihat reaksi responden dalam menjawab pertanyaan yang diajukan, yaitu sekumpulan pertanyaan tertulis yang dipergunakan teruntuk menggali suatu informasi-informasi dari responden yang telah mengisinya.

Skala yang dipergunakan dalam riset ialah skala likert. Skala ini berdasar (Sugiyono, 2018: 134) dipergunakan untuk menilai perilaku, keyakinan, dan tanggapan individu ataupun kelompok terhadap suatu kejadian sosial. Dalam penelitian ini skala likert yang luas ini sangat tepat untuk dipergunakan. Masing-

masing jawaban pernyataan yang terdapat dalam kuesioner akan dapat diberikan suatu pengukuran bobot yakni:

1. Sangat tidak setuju atau STS : 1 Skor
2. Tidak setuju atau TS : 2 Skor
3. Cukup atau C : 3 Skor
4. Setuju atau S : 4 Skor
5. Sangat setuju atau SS : 5 Skor

3.5 Metode analisis data

Berdasar (Sanusi, 2011: 115) Teknik analisa suatu data menggambarkan teknik analisa yang dipergunakan oleh peneliti teruntuk menganalisis data yang telah dihimpun, termasuk dalam pengujian.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif ialah statistik yang dipergunakan untuk menganalisis data dengan menggambarkan data yang dikumpulkan dengan cara itu tanpa maksud untuk secara umum menerima kesimpulan atau generalisasi(Sugiyono, 2018: 207). Dalam analisis ini, para peneliti akan menggunakan skala *Likert* untuk menguji hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen.

Dalam penetapan peringkat sebuah variabel penelitian dapat digunakan melalui perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dengan skor aktual diperoleh dari

hasil perhitungan keseluruhan pendapat responden yang sesuai pengelompokan nilai/skor yang ditentukan.

Pengukuran suatu hipotesis riset, rumus yang akan dipergunakan untuk mengukur rentang skala yaitu sebagai berikut (Umar, 2009: 164):

Rumus 3.1 Rentang Skala

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

Penjelasan:

n = Total sampel

m = Total alternatif jawaban disetiap item

Berlandaskan rumus yang diuraikan di atas, maka rentang skala didapatkan untuk *Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian* sebagai berikut:

$$RS = \frac{100(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{100(4)}{5}$$

$$RS = 80$$

Dari hasil rumus di atas, rentang skala pada riset ini yakni::

Tabel 3.2 Rentang Skala

No	Rentang Skala	Parameter
1.	100 - 180	Sangat Tidak Baik, Sangat Tidak Setuju
2.	181 – 261	Tidak Baik, Tidak Setuju
3.	262 - 342	Cukup Baik, Cukup Setuju
4.	343 - 423	Baik, Setuju
5.	424 - 504	Sangat Baik, Sangat Setuju

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

3.5.2 Uji Kualitas Data

3.5.2.1 Uji Validitas

Validitas berdasar (Djojo, 2012: 35) ialah uji yang mempunyai suatu maksud yaitu untuk mengetahui sedalam apa suatu alat pengukur dapat melakukan pengukuran apa yang akan diukur. Melalui tes ini dapat diperlihatkan apakah suatu item kuesioner yang telah diberikan dapat dipergunakan untuk menilai kondisi aktual responden serta untuk melengkapi kuesioner. (Djojo, 2012: 35)

Valid atau tidaknya alat ukur (Djojo, 2012: 35) Tergantung pada apakah alat pengukur akan memiliki fungsi pengukuran atau tidak. Alat ukur yang sah tidak hanya mampu menunjukkan data secara tepat namun juga harus menghasilkan citra

data yang teliti dan tepat. Memeriksa untuk menunjukkan validitas atau item-item kuesioner dapat dicapai dalam analisis ini dengan memperlihatkan koefisien korelasi *Pearson Product Moment*. Koefisien ini ialah suatu angka yang menunjukkan koneksi diantara skor pertanyaan dengan skor keseluruhan (Djojo, 2012: 35). Besaran koefisien korelasi dapat didapatkan dengan rumus seperti berikut ini:

Rumus 3.2 Koefisien Korelasi

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{(n \sum i^2 - (\sum i)^2)(n \sum x^2 - (\sum x)^2)}}$$

Penjelasan:

r_{ix} = koefisien relasi

i = skor suatu item

x = skor jumlah suatu x

n = Total banyaknya suatu subyek

Penilaian analisa pengujian berdasar (Djojo, 2012: 37) Tes dua sisi pada tingkat signifikan 0,05 akan digunakan untuk membuktikan ini. Kriteria menyetujui atau melarang data yang valid, jika:

- a. Jika terdapat r hitung lebih besar dari r tabel (pengujian 2 sisi dengan tingkat angka sig sebesar 0,050), sehingga suatu item pertanyaan dapat dinyatakan

mempunyai korelasi yang signifikan terhadap skor total item, maka item dapat dikatakan *valid*.

- b. Jika terdapat r hitung lebih kecil dari r tabel (pengujian 2 sisi dengan tingkat angka sig sebesar 0,050), sehingga suatu item pertanyaan dapat dinyatakan tidak mempunyai korelasi yang signifikan terhadap skor total item, maka item dapat dikatakan tidak *valid*.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Berdasar Azwar (1999) dalam (Wibowo, 2012: 35) reliabilitas ialah konsep yang dipergunakan untuk memperlihatkan sedalam mana hasil penilaian cukup konsisten jika penilaian dilakukan ulang sebanyak dua kali ataupun lebih. Pengujian ini juga bisa berarti indeks yang memperlihatkan sedalam mana suatu alat penilai dapat memperlihatkan kepercayaan atau sebaliknya. Metode diperuntukan untuk menilai serta menghitung tingkat keakuratan suatu alat ukur.

Pengujian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha*, dimana uji ini akan menilai keandalan akurasi secara internal. Berdasar (Wibowo, 2012), reliabilitas yang memperlihatkan kurang dari angka sebesar 0,6 menunjukkan kurang baik, sedangkan angka sebesar 0,7 dapat diterima serta angka sebesar diatas 0,8 ialah baik. Jika ingin memiliki pemahaman tentang intensitas koefisien korelasi, berikut terdapat pedoman yang dapat dikerjakan seperti di bawah ini:

Tabel 3.3 Indeks Koefisien Reliabilitas

Angka Interval	Parameter
Kurang dari 0,20	Sangat rendah
0,20 hingga 0,399	Rendah
0,40 hingga 0,599	Sedang
0,60 hingga 0,799	Kuat
0,80 hingga 1,000	Sangat kuat

Sumber: Wibowo (2012: 53)

Penggunaan metode penilaian pengujian reliabilitas dengan rumus koefisien Alpha Cronbach dilakukan dengan penggunaan perangkat lunak SPSS 25.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Berpusat pada pengujian asumsi klasik, terdapat tiga tahap pengujian yang akan digunakan, meliputi pengujian normalitas, multikolinieritas serta heteroskedastisitas..

3.5.3.1 Uji Normalitas

Pengujian ini untuk menentukan apakah nilai angka residu (perbedaan yang terlihat) yang ditemukan mempunyai distribusi reguler atau tidak normal. Kurva berbentuk lonceng dapat membentuk nilai residu yang menunjukkan distribusi normal. Tes normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan histogram seragam

dari residu regresi, analisa Chi Square serta menggunakan angka nilai dari *kolmogorov-smirnov*.

Kurva angka nilai residu standar dapat disebut alami apabila angka nilai kolmogorov-smirnov $Z < Z_{table}$ atau dengan menggunakan angka nilai probabilitas dengan tingkat sig (2 tailed) $> \alpha$; sig $>$ sebesar 0,05 (Wibowo, 2012)

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Berdasar persamaan suatu regresi, multikolinieritas tidak dapat terjadi. Gejala multikolinieritas dapat dideteksi dengan tes yang dapat menentukan dan memverifikasi jika gejala multikolinieritas terjadi dalam persamaan tipe. Salah satu cara untuk mengenali gejala multikolinearitas ialah dengan melihat atau memeriksa instrumen diagnostik yang dapat disebut Variance Inflation Factor (VIF). Penilaiannya apabila angka VIF < 10 itu menyiratkan bahwa model tidak mempunyai ciri multikolinieritas, yang artinya tidak ada hubungannya diantara variabel bebas (Wibowo, 2012).

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Sebuah model disebut mempunyai masalah heteroskedastisitas yang artian terdapat atau tidak adanya varian variabel model yang tidak identik. Metode yang dapat dipergunakan untuk melakukan tes tersebut, misalnya metode *barlet*, *rank spearman* atau uji *spearman's rho* serta grafik *park gleysen*. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mengkorelasikan nilai angka residual absolute dengan masing variabel bebas untuk dilakukan pengujian Park gleysen. Namun, apabila suatu hasil

angka nilai probabilitas memiliki tingkat angka nilai signifikan $>$ angka nilai alpha sebesar 0,05, maka heteroskedastisitas tidak dialami oleh model.(Wibowo, 2012)

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisa Regresi Linear Berganda

Analisa ini pada dasarnya ialah eksperimen dengan pola dan konten spesifik yang mendekati dengan analisa regresi linier tunggal. Regresi linier berganda secara otomatis mengungkapkan jenis hubungan linier dengan variabel terikat antara dua atau lebih variabel bebas. Ada hal sebagai pembuktian penggunaan riset ini ialah bentuk serta suatu arah dari hubungan diantara variabel independen serta dependen, dan dapat mengetahui angka nilai perkiraan masing dari variabel independen atau nilai yang diharapkan dari variabel dependen jika suatu kondisi terjadi (Wibowo, 2012).

Regresi linear berganda dirumuskan yakni:

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + (...) + b_nx_n$$

Rumus 3.3

Regresi Linear
Berganda

Penjelasan:

Y = Variabel terikat

α = Angka nilai konstanta

b = Angka nilai koefisien regresi

X1= Variabel bebas 1

X2= Variabel bebas 2

X3= Variabel bebas 3

Xn= Variabel bebas ke – n

3.5.4.2 Analisis Koefisien R²

Penelitian ini dipergunakan menilai total atau jumlah persentase hubungan pengaruh variabel bebas dalam perhiungan model regresi yang dapat mempengaruhi variabel terikat bersamaan. Sehingga, koefisien angka menunjukkan sedalam mana model yang dikembangkan untuk menggambarkan situasi aktual. Koefisien mempunyai artian X (variabel bebas) yang menjelaskan porsi besaran proporsi keragaman Y (variabel terikat) (Wibowo, 2012).

Koefisien R² menggunakan dua variabel bebas, rumusnya ialah (Wibowo, 2012):

$$R^2 = \frac{(ryx1)^2 + (ryx2)^2 - (ryx1)(ryx2)(rx1x2)}{1 - (rx1x2)^2}$$

Rumus 3.4
Koefisien
Determinasi

R² = Koefisien determinasi

Ryx1 = Korelasi variabel x1 dengan y

Ryx2 = Korelasi variabel x2 dengan y

Rx1x2 = Korelasi variabel x1 dengan x2

3.6 Uji Hipotesis

Riset menggunakan dua pendekatan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi teori, yakni:

3.6.1 Uji t (t-Test)

Berdasar (Wibowo, 2012) pengujian T adalah alat teruntuk menilai apakah terdapat pembeda rata-rata dari dua jenis kelompok suatu sampel tidak terkait. Cara melakukan pengujian ialah (Sanusi, 2011):

1. Penentuan h_0 dan h_a .

$$t = \frac{B_1}{S_{b1}}$$

2. Penghitungan angka nilai t dengan rumus
3. Perbandingan angka nilai t hitung dengan angka nilai t tabel pada taraf nyata, contohnya 1 persen; df; $(n/2; n - (k+1))$.
4. Pengambilan keputusan dengan parameter yakni:
 - a. Apabila t hitung besar dari t tabel sehingga H_0 tidak diterima.
 - b. Apabila t hitung kecil dari t tabel sehingga H_0 diterima.

3.6.2 Analisis Variansi (Uji F)

Berdasar (Wibowo, 2012) pengujian F ialah tes teruntuk menentukan apakah terdapat pembeda rata-rata antara > dua kelompok sampel yang tidak mempunyai keterkaitan. Cara melakukan pengujian F ialah: (Sanusi, 2011):

1. Penentuan H_0 dan H_a .
2. Perhitungan angka nilai F
3. Perbandingan angka nilai F hitung dengan nilai F tabel yang terdapat pada α tertentu, contohnya 1 persen; $df = k; n - (k + 1)$.
4. Pengambilan keputusan dengan parameter berikut:
 - a. Apabila F hitung kecil dari F tabel maka H_0 diterima.
 - b. Apabila F hitung besar dari F tabel maka H_0 tidak diterima.

3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi riset ini ada di TOP 100 Grand Batam Mall, Penuin, Kota Batam

3.7.2 Jadwal Penelitian

Tabel 3.4 Jadwal Penelitian

Nama Kegiatan		Oktober '20				November '20			Desember '20	Jan '20				Feb '20	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Pengajuan Judul	■													
2	Pengajuan Bab 1		■	■	■										
3	Pengajuan Bab 2				■	■	■								
4	Pengajuan Bab 3				■	■	■	■							

