

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Menurut Cahyaningrum, (2019:8) Desain penelitian adalah suatu jenis rancangan penelitian yang bertujuan untuk memulai mengajukan pertanyaan penelitian, menentukan rancangan, menentukan tinjauan pustaka ilmiah atau metode penelitian, mengolah dan menyajikan hasil penelitian untuk membuat laporan penelitian.

Penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan metode yang dapat menguji teori dengan meneliti hubungan antar variabel-variabel dengan menggunakan data yang berupa angka-angka dan menggunakan statistik untuk menganalisis data. Teknik penelitian ini akan menggunakan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. (Sanusi, 2011:14) Langkah langkah penelitian dalam penelitian kausalitas antara lain :

1. Menetapkan masalah penelitian.
2. Merumuskan tujuan penelitian yang spesifik.
3. Merumuskan hipotesis penelitian.
4. Mendefinisikan dan Mangklasifikasi (secara konseptual dan operasional) variabel penelitian.
5. Mengembangkan instrumen penelitian dengan mengacu pada variabel yang telah ditetapkan, dan menguji validitas dan reliabilitas instrumen tersebut.

6. Tentukan metode pengumpulan data.
7. Lakukan pengujian hipotesis.
8. Menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis uji hipotesis, dan memverifikasi teori dibalik penelitian.

### **3.2 Operasional Variabel**

Menurut Mukhtazar, (2020:54) Variabel operasional didefinisikan berdasarkan karakteristik yang bisa diamati dari hal yang sedang dimaknai, atau dimodifikasi dalam bentuk bentuk konstruktif Kata-kata ini mendeskripsikan gejala atau perilaku yang bisa diamati dan diuji serta diverifikasi oleh peneliti lain.

#### **3.2.1 Variabel Indenpenden**

Menurut Ahyar et al., (2020:305) *independent variable* (Variabel bebas) adalah variabel yang dapat dijadikan sebagai penyebab dan mempunyai teoritis berpengaruh pada variabel lainnya. Pada penelitian ini, variabel indenpenden yang dimaksud yaitu *Advertising* ( $X_1$ ), *Brand Image* ( $X_2$ ) dan *Sales Promotion* ( $X_3$ ).

Variabel Indenpenden ( $X_1$ ) pada penelitian ini, peneliti telah membatasi Indikator *Advertising* Menurut (Prasetya & Widyawati, 2016) yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Penemuan informasi tentang produk
2. Design media yang digunakan menarik
3. Informasi yang disampaikan dalam berbagai media jelas
4. Pesan yang terkandung dalam berbagai media dapat dipercaya

Variabel Independen ( $X_2$ ) pada penelitian ini, peneliti telah membatasi indikator citra merek menurut (Amilia, 2017) yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Atribut produk (*product attribute*)
2. Keuntungan konsumen (*consumer benefits*)
3. Kepribadian merek (*brand personality*)

Variabel Independen ( $X_3$ ) pada penelitian ini, peneliti telah membatasi indikator *Sales Promotion* menurut (Fakhri, 2020) yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Frekuensi Promosi
2. Kualitas Promosi
3. Kuantitas Promosi
4. Waktu Promosi
5. Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi

### **3.2.2 Variabel Dependen**

Menurut Ahyar et al., (2020:305) Variabel tak bebas (*dependent variable*) adalah variabel yang secara tersusun teratur keilmuan menjadi variabel yang disebabkan karena adanya perubahan atau pergantian variabel lainnya. Pada penelitian ini, variabel dependen yang dimaksud adalah Keputusan Pembelian (Y).

Variabel Dependen (Y) pada penelitian ini, indikator keputusan pembelian menurut (Indrasari, 2019:74) yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Pilihan Produk
2. Pilihan Merek

3. Pilihan Penyalur
4. Waktu Pembelian
5. Jumlah Pembelian

**Tabel 3.1** Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	<i>Advertising</i> (X <sub>1</sub> )	sebuah media untuk mengkomunikasikan atau menawarkan suatu produk kepada konsumen sebagai bahan pertimbangan yang positif dan menimbulkan keinginan untuk melakukan keputusan pembelian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penemuan informasi tentang produk</li> <li>2. Design media yang digunakan menarik</li> <li>3. Informasi yang disampaikan dalam berbagai media jelas</li> <li>4. Pesan yang terkandung dalam berbagai media dapat dipercaya</li> </ol>	Likert
2.	<i>Brand Image</i> (X <sub>2</sub> )	suatu persepsi atau keyakinan yang muncul di benak konsumen ketika mendengar dari suatu merek	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atribut produk</li> <li>2. Keuntungan konsumen</li> <li>3. Kepribadian merek</li> </ol>	Likert
3.	<i>Sales Promotion</i> (X <sub>3</sub> )	suatu kegiatan yang pemasar untuk mendorong konsumen melakukan pembelian produk atau jasa tersebut	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Frekuensi Promosi</li> <li>2. Kualitas Promosi</li> <li>3. Kuantitas Promosi</li> <li>4. Waktu Promosi</li> <li>5. Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi</li> </ol>	Likert
3.	Keputusan Pembelian (Y)	tahap proses dimana konsumen mengevaluasi berbagai jenis pilihan produk dan memutuskan melakukan pembelian pada produk yang telah di evaluasi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan produk</li> <li>2. Pilihan merek</li> <li>3. Pilihan penyalur</li> <li>4. Waktu pembelian</li> <li>5. Jumlah pembelian</li> </ol>	Likert

Sumber : Data Diolah, 2020

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi yaitu Semua elemen-elemen yang dapat digunakan untuk menarik kesimpulan, populasi yang akan dijadikan sampel (Poluan et al., 2018) . Populasi pada penelitian ini berdasarkan data yang telah didapatkan maka jumlah populasi dalam penelitian di LJ Hooker Grand Batam sebanyak 200 konsumen periode januari 2020s/d mei 2020.

#### 3.3.2 Sampel

Menurut Putranto et al., (2018) Sampel yaitu bagian dari ukuran atau karakteristik populasi. Jika populasinya banyak dan peneliti tidak dapat mempelajari total populasi tersebut, misalnya karena adanya keterbatasan tenaga, keterbatasan dana dan keterbatasan waktu maka peneliti bisa menggunakan sampel yang diperoleh dari populasi tersebut.

Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian LJ Hooker Grand Batam terlalu banyak maka peneliti menggunakan rumus *slovin* untuk penelitian lebih mudah karena rumus *slovin* digunakan untuk menghitung jumlah sampel minimal jika perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui dengan pastii.

$$n = \frac{N}{1+ne^2} \quad \text{Rumus 3.1 Rentang Skala}$$

**Sumber:** ( Umar, 2013)

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = batas toleransi

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dengan menggunakan rumus *slovin*, ukuran sampel dihitung menjadi :

$$n = \frac{200}{1 + ne^2}$$

$$n = \frac{200}{1 + (200)(0.05)^2}$$

$$n = 133$$

Untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian maka teknik penelitian ini menggunakan *simple random sampling* (Dr. Sandu Siyoto, SKM. & M. Ali Sodik, 2015:65). Dimana teknik pengambilan sampel anggota populasi diambil secara acak, tanpa mengecek strata yang terdapat di populasi tersebut. Jadi jumlah random pengambilan sampel dalam penelitian LJ Hooker Grand Batam adalah 115 responden .

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Langkah terpenting harus dilakukan dalam penelitian yaitu pengumpulan data, karena tujuan utama penelitian ini yaitu memperoleh data. Tanpa mengetahui teknologi pengumpulan data, peneliti tidak akan bisa mendapat data sesuai standar data yang telah di tetapkan.

Menurut Putranto et al., (2018) Penelitian ini metode yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data memakai Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data primer adalah data mentah dikumpulkan langsung dari sumber oleh peneliti untuk menyatakan pertanyaan penelitian tertentu.

2. Data sekunder merupakan sumber data yang bisa diperoleh dengan cara mempelajari, memahami dan membaca melalui media lain yang bersumber dari dokumen perusahaan, literatur, serta buku- buku.

Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian dengan kuesioner dan tinjauan pustaka. Untuk data primer peneliti menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada konsumen tetap maupun konsumen tidak tetap yang datang ke LJ Hooker Grand Batam. Kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan rumusan masalah penulis. Untuk data sekunder penulis mengumpulkan data dari melalui internet, buku-buku yang menjadi referensi peneliti, data internal perusahaan beserta data atau dokumen lain yang mendukung penulis dalam melakukan penelitian.

**Tabel 3.2** Skala Likert

<b>Keterangan</b>	<b>Skala</b>
Sangat Setuju (SS)	1
Setuju (S)	2
Ragu-ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	5

**Sumber :** (Herlina, 2019:7)

### **3.5 Metode Analisis Data**

#### **3.5.1 Analisis Deskriptif**

Menurut Dr. Sandu Siyoto, SKM. & M. Ali Sodik, (2015:111) Statistik deskriptif yaitu Data statistik dipakai untuk menggambarkan data yang

dikumpulkan atau menganalisis data dengan menggambarkan, tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan atau generalisasi yang luas.

. Analisis ini didasarkan pada paket atau program aplikasi statistik dan bantuan komputer, program SPSS (Paket Statistik untuk Ilmu Sosial) versi 25. Dengan memakai program SPSS, beberapa pengujian terhadap data yang terkumpul akan dianalisis untuk mendeskripsi hubungan peranan atau pengaruh antar variabel-variabel independen dan dependen didalam penelitian ini.

### **3.5.2 Uji Kualitas Data**

Uji Kualitas data dilakukan memiliki tujuan untuk keabsahan data yang dipakai dalam penelitian dapat dijelaskan secara terbebas dan ilmiah dari bias secara statistik (Barus, 2019:54). Pengujian kuliatas data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

### **3.5.1 Uji Validitas Data**

Menurut Dr. Mansur Chadi Mursid., M.M. Prof.Dr. Suliyanto, S.E., M.M. Dr. Rahab, S.E., (2019: 67) validitas kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan dapat mengukur substansi masalah yang benar. Validitas yaitu mengukur apa yang ingin ada ukur. Pengukuran validitas *item* dengan cara menghubungkan antara skor *item* dengan skor total *item*. Peran validitas dalam kuesioner untuk memastikan bahwa alat ukur (kusioner ) yang digunakan dapat mengukur substansi atau fenomena yang sebenarnya.

Pengukuran validitas menggunakan hubungan antara variabel observasi dan variabel laten yang diwakili oleh nilai total observasi. Nilai korelasi

menggunakan nilai korelasi antara variabel yang diamati dengan nilai observasi total.

Perhitungan korelasi berdasarkan rumus *korelasi product moment (Pearson)*.

$$r_{yx} = \frac{n \sum yx - (\sum y)(\sum x)}{\sqrt{[x \sum_1^2 - (\sum y)^2] [n \sum_2^2 - (\sum x)^2]}}$$

**Rumus 3.2** Uji Validitas Korelasi *Pearson Product Moment*.

**Sumber:** (Riza, 2020)

Keterangan :

$r_{yx}$  = Koefisien Korelasi Product Momen

$\sum y$  = Jumlah dari pengamata nilai Y

$\sum x$  = Jumlah dari pengamata nilai X

n = jumlah pengamatan

### 3.5.2 Uji Relibilitas

Menurut Dr. Mansur Chadi Mursid., M.M. Prof.Dr. Suliyanto, S.E., M.M. Dr. Rahab, S.E., (2019:67) Reliabilitas kuesioner adalah kemampuan alat untuk secara konsisten mengukur suatu fenomena atau tanggapan responden. Reliabilitas adalah keakuratan (konsistensi) alat ukur, artinya dalam penelitian ini digunakan Croanbach Alpha (Koefisien  $\alpha$ ) dan apabila responden menjawab kuisisioner beberapa kali maka akan menghasilkan jawaban yang sama. Berikut adalah rumus uji reliabilitas.

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

**Rumus 3.3** Uji Reliabilitas *Cronbach Alpha*

**Sumber:** (Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M Prof. Dr. Suliyanto, S.E., M.M. Dr. Rahab, S.E., 2019)

Keterangan :

$K$  = Jumlah Item

$\sum\sigma^2$  = Jumlah Varians Skor total

$\sigma^2$  = Varians responden untuk item ke-i

### 3.5.3 Uji Asumsi Klasik

#### 3.5.3.1 Uji Normalitas

Menurut Dr. Ansofino et al., (2016:94) Uji normalitas ialah mengecek apakah nilai residual berdistribusi normal. Model regresi yang bagus haruslah mempunyai nilai residual yang berdistribusi normal. Oleh karena itu pengujian normalitas tidak dilakukan pada setiap variabel tetapi di nilai residualnya. Biasanya terdapat beberapa keliruan umum, yaitu menguji normalitas masing-masing variabel. Ini bukan menjadi larangan, tetapi model regresi mengharuskan nilai residual menjadi normal, bukan untuk satu variabel penelitian.

#### 3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Dr. Ansofino et al., (2016:94) Uji multikolinearitas yaitu untuk menguji apakah terdapat a korelasi yang tinggi antara variabel indenpenden dalam model regresi linear berganda. Apa bila terdapat korelasi yang tinggi di antara variabel indenpenden, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya akan terganggu.

### 3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Dr. Ansofino et al., (2016:94) Uji heteroskedastisitas untuk memeriksa apakah terdapat ketidaksamaan varians dari satu residual ke satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang memenuhi syarat adalah adanya kesamaan antara residual satu observasi dengan varians observasi tetap lainnya, yang juga disebut homoskedastisitas.

### 3.5.4 Uji Pengaruh

#### 3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sandi et al., (2020:49) Metode Regresi Linear Berganda adalah alat statistik yang digunakan untuk mengecek pengaruh satu atau lebih variabel terhadap suatu variabel. Dalam analisis regresi linier berganda bisa digunakan untuk menganalisis hubungan atau partisipasi antara variabel independen dan variabel dependen sehingga menjadikannya persamaan regresi linier berganda.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_k X_k + e \dots$$

**Rumus 3.4** Regresi Linear Berganda

**Sumber:** (Sugiyono, 2018)

Keterangan :

Y = Variabel terikat atau *Response*

X = Variabel bebas atau *predictor*

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = *Slope* atau *koefisien estimate*

e = Kesalahan pengganggu artinya nilai-nilai variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam persamaan. Nilai ini biasanya diabaikan dalam perhitungan.

### 3.5.4.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut (Susanti et al., 2019:53) Uji koefisien determinasi Ukuran lain yang digunakan untuk memperkuat analisis hubungan antar variabel adalah nilai  $R^2$  yang biasanya disebut koefisien determinasi. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) memberikan informasi tentang proporsi keragaman atau variasi total disekitar nilai tengah Y bisa dijelaskan oleh model regresi dugaan. Ukuran ini sering dinyatakan sebagai prosentasi dengan mengalikannya dengan 100. Kisaran nilai  $R^2$  adalah dari 0 sampai dengan 1 ( $0 \leq r^2 \leq 1$ ) atau dari 0% sampai 100%. Semakin besar nilai  $R^2$  maka semakin besar kemampuan model regresi dugaan menjelaskan keragaman sampel. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi adalah :

Dengan menggunakan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

**Rumus 3.5** Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Sumber:** (Paleni, 2020)

Dimana :

KD = koefisien Determinasi

$r$  = Koefisien Korelasi

### 3.5.5 Uji Hipotesis

#### 3.5.5.1 Uji T

Menurut Uji t ini bertujuan agar mengecek pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial. agar mengecek apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari setiap variabel independen adalah: *advertising*, *brand image* dan *sales promotion* terhadap satu variabel dependen, adalah keputusan pembelian, maka nilai signifikan t dibandingkan dengan derajat

kepercayaannya. Apabila sig t lebih besar dari 0,05 maka Ho diterima. Demikian pula sebaliknya jika sig t lebih kecil dari 0,05, maka Ho ditolak. Bila Ho ditolak ini berarti ada hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen

### 3.5.5.2 Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terkait. Nilai F hitung ini juga akan dibandingkan dengan nilai F tabel dengan dk pembilang ( $m - 1$ ) dan penyebut ( $N-1$ ). Kaidah yang digunakan dalam uji ini sebagai berikut :

1.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $F$  hitung  $\leq$   $F$  tabel
2.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  diterima jika  $F$  hitung  $>$   $F$  table

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

**Rumus 3.6 Uji F**

**Sumber:** (Sugiyono, 2016)

## 3.6 Lokasi dan jadwal penelitian

### 3.6.1 Lokasi Penelitian

letak objek penelitian penulis yaitu pada LJ Hooker Grand Batam berlokasi di Ruko Green land blok F1 No 3A – Batam center .

### 3.6.2 Jadwal Penelitian

**Tabel 3.3** Jadwal Penelitian

Kegiatan	Sep 2020	Okt 2020	Nov 2020	Des 2020	Jan 2021
Menentukan Judul					
Penyusunan Bab 1					
Penyusunan Bab 2					
Penyusunan Bab 3					
Penyusunan Bab 4					
Simpulan dan Saran					
Pengumpulan					

**Sumber:** Peneliti,2020