

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampel *insidental*, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *sampling insidental* yang mana tujuannya adalah menelaah antar variabel yang menjelaskan suatu fenomena tertentu. Dengan menggunakan skala pengukuran Likert, metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, kuesioner serta dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan metode regresi linier berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode *survey* yaitu responden diberi pernyataan dalam bentuk angket atau kuesioner, dengan demikian sumber datanya adalah data primer yaitu diambil langsung dari sampel dan dikumpulkan secara langsung.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, serta sumber pengukuran berasal dari mana. Definisi operasional pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Persepsi Harga (X_1)

Menurut Fandy Tjiptono (2017) istilah harga bisa diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung *utilitas/kegunaan* tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk.

Menurut Kotler dan Amstrong yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2014), menjelaskan ada empat ukuran yang mencirikan penetapan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan daya saing harga.

2. Promosi *Online* (X_2)

Sedangkan menurut Wikan Pribadi (2010), bahwa promosi *online* dapat diartikan sebagai kegiatan berpromosi yang digunakan dengan media *internet*. Media *internet* memiliki beberapa macam, seperti *twitter*, *instagram*, *whatsapp*, dan *facebook*.

Menurut Rangkuti (2009) indikator promosi *online* antara lain *iklan*, *sales promotion*, *public relation*, *direct marketing*, dan *personal selling*.

3. Keputusan Pembelian (Y)

Mengacu pada konsep Tjiptono (2012) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian menggunakan indikator dari (Kotler & Keller, 2008) yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian.

Dari definisi variabel di atas saya akan menyajikan kisi-kisi pernyataan sesuai dengan masing-masing indikator variabel:

Table 3.1 Table Operasional Variabel

| Variabel | Indikator | Item pernyataan |
|---------------------------------------|---|--|
| Persepsi harga (X₁) | Keterjangkauan harga | 1. Harga yang ditawarkan cukup terjangkau. |
| | Kesesuaian harga dengan kualitas produk | 2. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk kosmetik N203R. |
| | Kesesuaian harga dengan manfaat | 3. Harga yang ditetapkan sesuai dengan manfaat dari produk kosmetik N203R |
| | Daya saing harga | 4. Saya merasa harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan produk yang lain |
| Promosi online (X₂) | <i>Iklan</i> | 5. Iklan yang ditampilkan membuat saya tertarik untuk membeli produk kosmetik N203R |
| | <i>Sales Promotion</i> | 6. Diskon yang ditawarkan membuat saya tertarik untuk membeli produk kosmetik N203R. |
| | <i>Public Relation</i> | 7. Produk kosmetik N203R terjamin keamanannya. |
| | <i>Direct Marketing</i> | 8. Desain iklan yang menarik membuat konsumen tertarik untuk membeli produk N203R. |
| | <i>Personal Selling</i> | 9. Produk kosmetik N203R dapat dipesan secara online. |

Tabel Lanjutan 3.1

| | | |
|--------------------------------|----------------------|--|
| Keputusan pembelian (Y) | Pengenalan masalah | 10.Saya membeli produk kosmetik N203R karena cocok. |
| | Pencarian informasi | 11.Informasi tentang produk N203R mudah didapatkan |
| | Evaluasi alternative | 12. Saya dapat memilih produk kosmetik mana yang saya inginkan |
| | Keputusan pembelian | 13.Saya melakukan pembelian salah satu produk kosmetik N203R |

3.3 Skala Pengukuran Variabel

Pengisian angket dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala Likert menurut Sugiyono (2013) adalah “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Untuk jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan atau tidak mendukung pernyataan. Skor atas pilihan jawaban untuk angket yang diajukan untuk pernyataan positif dan negatif adalah sebagai berikut :

- a. Skor 5, dengan kategori Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 4, dengan kategori Setuju (S)
- c. Skor 3, dengan kategori Netral (N)
- d. Skor 2, dengan kategori Tidak Setuju (TS)
- e. Skor 1, dengan kategori Sangat Tidak Setuju (STS)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Munawaroh (2013) mengatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek-objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga benda-benda alam lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek-objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk kosmetik N203R secara *online* di Jombang yang jumlahnya tidak diketahui.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen produk kosmetik N203R di Jombang. Pengambilan responden dilakukan dengan teknik *sampling insidental*, yang dimana populasi di penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Menurut (Sugiyono, 2010), rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2}\sigma)^2}{e}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

Z_{α} : Nilai yang didapat dari tabel normalitas tingkat keyakinan

e : Kesalahan penarikan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95% maka nilai Z 0.05 adalah 1,96, dan standart deviasi (α) = 0,25. Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5%/0,05 maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel dibutuhkan, yaitu :

$$n = \frac{(1,96 / 0,25)^2}{0,05}$$

$$n = 96,04$$

Jadi berdasarkan rumus di atas, besarnya nilai sampel sebesar 96,04 orang. Untuk memudahkan perhitungan maka besarnya pengambilan sampel dibulatkan menjadi 100 orang.

3.5 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber datanya yang diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Sugiyono, 2013). Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil penyebaran angket kepada konsumen produk N203R di Jombang.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung. Berupa pengumpulan data yang didapat dari penelitian terdahulu, referensi, dan studi kepustakaan, adapun data pendukung adalah dokumentasi dari obyek penelitian yaitu sejarah perusahaan..

3.6 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, sumber, dan berbagai cara. Dilihat dari segi cara, teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya (Sugiyono, 2016), Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni:

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi (Sugiyono, 2016). Wawancara dilakukan oleh peneliti kepada owner produk N203R.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kembali kepada peneliti (Sugiyono, 2016). Kuesioner yang disebarakan berisi pernyataan mengenai persepsi harga, promosi *online*, dan keputusan pembelian. Setiap poin jawaban pada kuesioner ditentukan skornya menggunakan skala Likert

3. Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara meninjau, membaca, dan mempelajari berbagai macam buku, jurnal, majalah, dan informasi dari *internet* relevan dengan penelitian serta dokumentasi pendukung yaitu data penjualan, dan sejarah perusahaan.

3.7 Uji Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data. Pengukuran uji validitas menggunakan analisis faktor yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi setiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 keatas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat (Sugiyono, 2013).

Tabel 3.2 :Hasil Uji Validitas

| Variabel | Item | r Hitung | Nilai Kritis | Keterangan |
|-----------------------|------|----------|--------------|------------|
| Persepsi Harga | X1.1 | 0,730 | 0,3 | VALID |
| | X1.2 | 0,750 | 0,3 | VALID |
| | X1.3 | 0,753 | 0,3 | VALID |
| | X1.4 | 0,826 | 0,3 | VALID |
| Promosi <i>Online</i> | X2.1 | 0,850 | 0,3 | VALID |
| | X2.2 | 0,720 | 0,3 | VALID |
| | X2.3 | 0,690 | 0,3 | VALID |
| | X2.4 | 0,695 | 0,3 | VALID |
| | X2.5 | 0,560 | 0,3 | VALID |
| Keputusan Pembelian | Y1.1 | 0.817 | 0,3 | VALID |
| | Y1.2 | 0.723 | 0,3 | VALID |
| | Y1.3 | 0.797 | 0,3 | VALID |
| | Y1.4 | 0.826 | 0,3 | VALID |

Sumber : data diolah SPSS 21

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel 3.2 dengan sampel 30 responden dapat diketahui bahwa masing-masing item pernyataan pada setiap variable dinyatakan valid. karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai kritis (0,3). Dengan demikian, maka variabel-variabel dalam penelitian ini dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Bukti kuesioner dikatakan reliabel jika *cronbach's alpha* $>0,06$ dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha* $< 0,06$ (Ghozali, 2013).

Tabel 3.3 : Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Nilai Kritis | Keterangan |
|----------|------------------|--------------|------------|
| X1 | 0,762 | 0,6 | RELIABEL |
| X2 | 0,746 | 0,6 | RELIABEL |
| Y | 0,787 | 0,6 | RELIABEL |

Sumber : data diolah SPSS 21

Bedasarkan hasil pengujian reliabilitas pada tabel 3.3 di atas maka dapat diketahui bahwa semua variabel penelitian mendapatkan hasil yang reliable, dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai kritis (0,6).maka variabel dalam penelitian ini dapat digunakan dalam analisis berikutnya.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013). Analisis deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pernyataan dalam angket, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rentan Skor} &= \frac{\text{nilai skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{jumlah kategori}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

1. 1,0 – 1,8 = Sangat Rendah
2. 1,8 – 2,6 = Rendah
3. 2,6 – 3,4 = Cukup
4. 3,4 – 4,2 = Tinggi
5. 4,2 – 5,0 = Sangat Tinggi

3.8.2 Analisis Inferensial

Analisis inferensial sering juga disebut statistik inferensial atau statistik probabilitas, adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Analisis ini akan cocok digunakan bila sampel diambil dari populasi yang jelas, dan teknik pengambilan sampel dari populasi itu dilakukan secara random (Sugiyono, 2013).

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik-turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor dimanipulasi (Sugiyono, 2013). Berikut ini persamaan regresi linier berganda :

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X1 = persepsi harga

X2 = promosi *online*

b1,b2 = Parameter koefisien regresi variabel bebas

e = Standar Error

3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahapan awal yang digunakan sebelum analisis linier berganda (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas.

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dilakukan terhadap terhadap data penelitian dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov

Dasar pengambilan keputusan tarif signifikan ditentukan sebagai berikut:

- a. Probabilitas $> 0,05$ hipotesis diterima karena data terdistribusi secara normal.
- b. Probabilitas $< 0,05$ hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi secara normal.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi dengan variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance influce factor* (VIF) dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai VIF > 10 dan Tolerance $< 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinieritas.
- b. Jika nilai VIF < 10 dan Tolerance $> 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas (Ghozali, 2011).

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk menganalisis terjadinya masalah heteroskedastisitas, dilakukn dengan menganalisis grafik *scatter plot* dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika sebaran titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya berbeda di atas dan di bawah titik o sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.
- b. Jika sebaran titik-titik membenuk suatu pola tertentu dan sebarannya hanya berada dia tas atau di bawah titik nol sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi terdapat masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2011)

3.9.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi pada tempat yang berdekatan datanya yaitu *cross sectional*. Autokorelasi merupakan korelasi *time series* (lebih menekankan pada dua data penelitian berupa data rentetan waktu). Cara mendeteksi ada tidaknya gejala

autokorelasi adalah dengan menggunakan nilai DW (Durbin Watson) dengan kriteria pengambilan jika $D - W$ sama dengan 2, maka tidak terjadi autokorelasi sempurna sebagai *rule of thumb* (aturan ringkas), jika nilai $D - W$ diantara 1,5 – 2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi (Ghozali, 2012).

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi dependen jika nilai t lebih besar dari 0,05 maka tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (tidak signifikan) sedangkan jika nilai t lebih kecil dari 0,05 maka terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (signifikan) (Ghozali, 2011).

3.10.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2011).