

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian mengenai pengaruh kemasan produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Cantika Chips pada UMKM Cantika SM menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif. Metode asosiatif adalah metode yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan dan pengaruh antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UMKM Cantika SM di JL. Pon pes No. 250 Lk. II kel. Sumber Agung Kec. Kemiling, Bandar Lampung Waktu penelitian yaitu seberapa lama penulis melakukan penelitian yang akan diteliti. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan maret 2023 sampai juni 2023

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek, subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli Cantika Chips pada UMKM Cantika SM kemiling Bandar Lampung. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) 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, misal karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Dalam penelitian ini ada sebanyak 100 responden berdasarkan jumlah populasi dan sampel tersebut dalam penelitian ini menggunakan metode *sampling* yaitu *nonprobability* dimana tidak semua populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Teknik *purposive sampling* dimana sampel yang dipilih diantara populasi sesuai dengan yang dikehendaki peneliti. Karena populasi tidak diketahui maka pengambilan sampel dengan menggunakan rumus *lemeshow*. Dikarenakan menggunakan metoden *purposive sampling* maka terdapat kriteria dalam pengambilan sampel. Dengan Kriteria responden yaitu responden yang pernah membeli prodak Cantika Chips jumlah sampel diperoleh menggunakan perhitungan rumus *lemeshow* dibawah ini

$$\text{Rumus : } n = \frac{Z^2 \times p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan : n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1,96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

$$\text{Perhitungan : } n = \frac{1,96^2 \times 0,5.(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416.0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Maka diperoleh jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu 96,04 dibulatkan menjadi 100 responden

D. Sumber dan Jenis Data

1. Sumber Data

Hasil penelitian yang diperoleh peneliti dalam mengumpulkan data dilakukan dengan berbagai sumber. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan oleh penulis.

2. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer didapatkan melalui wawancara kepada pihak Cantika SM dan juga pembagian kuesioner kepada konsumen produk Cantika Chips

b. Data Sekunder

Menurut Sugyono (2017) data sekunder merupakan data yang tidak langsung didapatkan dari tempat penelitian melainkan lewat perantara. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku, jurnal dan penelitian terdahulu yang terkait.

E. Definisi Oprasional Variabel

Menurut Sugyiono (2013) penelitian ini terdiri dari 3 variabel, dua variabel independen dan satu fariabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kemasan Produk Dan promosi sedangkan Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan Variabel-variabel dalam penelitian ini:

1. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya Variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah kemasan Produk (X1) dan Promosi (X2)
2. Variabel Terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan pembelian (Y)

Tabel 3.1
Definisi Oprasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Kemasan Produk (X1)	Kemasan adalah semua jenis bentuk pengemasan yang digunakan untuk membungkus suatu produk serta lebel yang menyertainya. Bungkus atau kemasan yang menarik akan memberikan nilai plus pada konsumen yang	1. Desan kemasan 2. Warna kemasan 3. Ukuran kemasan Philip Kotler (2005)	Likert

	sedang membedakan beberapa produk yang bentuk dan mutunya hamper sama. Perbedaan tersebut akan terlihat dari lebel yang biasanya dakam kemasan Produk (Taat Kuspriyono 2017)		
Promosi (X2)	Promosi merupakan suatu komyunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat dan bertujuan untuk merubah sikap tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal sehingga menjadimembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Laksana 2019)	1. Pesan promosi 2. Media promosi 3. Waktu promosi 4. Frekuensi promosi Kotler dan keller (2016)	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan bagian dari prilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan yang berhubungan langsung dengan perolehan dan identifikasi produk dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan sebelum dan sesudah tindakan (tjiptono 2016)	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternative 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian Kotler dan keller (2009)	Likert

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini Teknik pengumpulan yang digunakan adalah: 2.

1. Wawancara

Teknik wawancara menurut Sugiyono (2017), wawancara digunakan sebagai Teknik pengumpulan data dalam melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga diambil peneliti ingin mengetahui apakah kemasan produk dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cantika SM

2. Kuesioner (angket)

Menurut Sugiyono (2018) kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dalam penelitian menggunakan tipe pertanyaan tertutup pertanyaan yang mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang telah tersedia. Pertanyaan pada angket tertutup menggunakan pertanyaan skala likert dengan menggunakan pernyataan berkala jawaban untuk setiap instrumen skala likert mempunyai gradasi dari positif sampai negatif.

Tabel 3.2
Model Skala *Likert*

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

G. Teknik Analisa Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif merupakan aktivitas penghimpunan, penataan peringkasan dan penyajian data dengan harapan data lebih bermakna, mudah dibaca dan mudah dipahami oleh pengguna data. Menurut Sugiyono (2018) Statistik Deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa

bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

a. Uji Validitas

Menurut Gozali (2013) menyatakan suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu kuesioner dikatakan valid jika mempunyai validitas tinggi yang *Corrected Item*, metode korelasi yang digunakan adalah *Person Moment*. Titik uji validitas ini digunakan untuk menunjukkan bahwa validitas yang diukur yaitu pengaruh kemasan X1 promosi X2 dan keputusan pembelian Y1 memang benar-benar variable yang hendak diteliti oleh peneliti. Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Jika dikatakan $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05 maka dikatakan valid.
- 2) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05 maka dikatakan tidak valid.

b. Uji Reabilitas.

Menurut Sugiono (2016) reabilitas sebenarnya alat untuk mengukur suatu instrumen yang merupakan alat untuk mengukur variable. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Setelah dapat nilai reabilitas instrumen hitung maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Reabilitas ini juga digunakan untuk menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam

penelitian untuk memperoleh informasi guna dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya di lapangan. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Cronbach's Alpha*.

Suatu instrumen penelitian dikatakan dapat diandalkan (*reliable*) apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2016). Maka dari itu, kriteria pengambilan keputusan dalam uji realibilitas adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, maka *item* pertanyaan dalam kuesioner dapat diandalkan (*reliable*).
- 2) Nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$, maka *item* pertanyaan dalam kuesioner tidak dapat diandalkan (*not reliable*).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2019). Uji normalitas adalah uji untuk melihat apakah uji residual yang didapat memiliki distribusi normal. Uji statistic ini menggunakan uji *Kolmongorav-Smirnov*

Kriteria pengambilan keputusan:

Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka dapat dikatakan residual normal

Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka dapat dikatakan residual tidak normal

b. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas menurut (Gozali 2016), digunakan untuk melihat apakah model regresi mengidentifikasi adanya keterkaitan antara variabel bebas. Uji ini dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawanya, *variance inflation factor* (VIF).

Dalam pengambilan keputusan dapat diringkas sebagai berikut:

- 1) Jika nilai toleransi $\geq 0,10$ dan nilai VIF < 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolineritas antar variabel bebas dalam model regresi.
- 2) Jika nilai toleransi $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolineritas antar variabel bebas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat ketidaksamaan varians antara residual satu pengamatan dan residual pengamatan lain dalam model regresi. Jika variabel dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik memiliki homoskedastisitas atau tidak memiliki heteroskedastisitas. Dasar analisisnya yaitu:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian

menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Metode Analisis Data

a. Analisis Regresi Liner Berganda

Menurut Sugiyono (2017) Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terkait) dengan satu atau lebih variabel (bebas). Dengan tujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Untuk regresi yang variabel independent (bebas).

Dengan tujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independent yang diketahui. Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih regresi disebut juga regresi berganda oleh karena variabel independent yang digunakan atau dari situ maka regresi dalam penelitian ini disebut regresi berganda titik persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent atau bebas yaitu pengaruh kemasan (X1) dan pengaruh promosi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

rumus regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan

Y = Variabel dependen (kinerja)

X1 = Variabel independen 1 (Budaya Organisasi)

X2 = Variabel Independen 2 (Konpensasi)

a = Nilai konstanta

b1 = Koefisien regresi variabel Independen

b2 = koefisien regresi variabel Independen

e = Error

b. Uji t

Menurut sugiyono (2017) mengatakan bahwa untuk menguji hipotesisnya, penulis menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut :

$$T \text{ tabel} = t (\alpha/2 : n-k-1)$$

Keterangan :

$$\alpha = 0,05 \text{ sehingga } 0,05/2 = 0.025$$

n = jumlah responden

k = jumlah variabel independent (variabel X)

keriteria yang digunakan sebagai berikut :

Ho diterima dan Ha ditolak jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$

Ho ditolak Ha diterima jika $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$

Bila terjadi penerimaan Ho maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari pengaruh kemasan

dan promosi terhadap keputusan pembelian Cantika Chips. Sedangkan jika H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan hipotesis sebagai berikut :

H_{01} : Tidak terdapat pengaruh kemasan produk terhadap keputusan pembelian konsumen Cantika Chips.

H_{a1} : Terdapat pengaruh kemasan produk terhadap keputusan pembelian Cantika Chips

H_{02} : Tidak terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan Cantika Chips

H_{a2} : Terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Cantika Chips

c. Uji F

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independent secara Bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari sebuah variabel bebas secara Bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5% jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya. (Ghozali, 2016) uji simultan F (uji simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara Bersama-sama atau simultan antara variabel independent terhadap variabel dependen. Pengujian statistik Anova merupakan bentuk pengujian hipotesis dimana dapat menarik kesimpulan berdasarkan data atau kelompok statistik yang disimpulkan. Pengambilan keputusan dilihat dari pengujian ini

dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat didalam tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05 adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya semua variabel independen bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya semua variabel independent tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan hipotesis sebagai berikut :

H_a : Secara simultan terdapat pengaruh kemasan produk dan promosi terhadap keputusan pembelian

H_0 : Secara simultan tidak terdapat pengaruh kemasan produk dan promosi terhadap keputusan pembelian,

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien ini dilakukan dengan maksud mengukur kemampuan model dalam menerapkan seberapa pengaruh variabel independent secara Bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen yang diindikasikan oleh nilai adjusted R- Squared Gozali (2016). Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel endogen secara simultan mampu menjalankan variabel eksogen. Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model

penelitian yang diajukan. Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk menentukan dan memprediksi seberapa besar atau penting kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen