

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian cat permacoat di PT. Warna Agung Cabang Lampung merupakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut (Kasmir, 2022) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk membuktikan suatu teori, baik pengaruh ataupun hubungan atas suatu variabel. Dalam penelitian ini peneliti sudah memiliki masalah yang akan diteliti, sehingga peneliti mencoba mencari akar penyebab permasalahan tersebut. Dimana variabel bebas yaitu promosi (X1) dan harga (X2) sedangkan variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y)

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di PT. Warna Agung Cabang Lampung. Waktu penelitian ini berlangsung dari bulan April 2023 sampai Juli 2023, dengan responden pelanggan PT. Warna Agung di Bandar Lampung

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Adab, n.d.)

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen di Bandar Lampung yang membeli dan menggunakan produk Cat Merek Permacoat. Maka dari itu jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui.

2. Sampel

Menurut (Mamik, 2015) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan metode *non probability sampling*.

Menurut (Kasmir, 2022) *purposive sampling* merupakan cara penentuan sampel dengan tujuan tertentu yang diinginkan peneliti. Dalam hal ini pertimbangan peneliti adalah konsumen yang membeli dan menggunakan Cat Permacoat.

Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan rumus *Lemeshow*, digunakannya rumus *lemeshow* kerana populasi tidak diketahui, dan dirumuskan sebagai berikut:

$$\frac{n = Z^2 p (1 - P)}{d_2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = *Maksimal estimasi* = 0,5

d = Alpha (0,10) atau *sampling error 10%*

Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat dihitung untuk mendapatkan jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96^2) 0,5 (1 - 0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

$$= 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka didapatkan sebanyak 96,04 responden supaya penelitian ini menjadi mudah, maka sampel dibulatkan menjadi 100 responden. Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Untuk mendapatkan data dari responden peneliti datang PT. Warna Agung Cabang Lampung dan membagikan kuesioner kepada orang yang sedang berkunjung atau membeli produk Cat merek Permacoat tersebut.

D. Variabel Penelitian

Menurut (Sanusi, 2017) penelitian bekerja pada tataran teoritis dan tataran empiris. Pada teoritis, peneliti mengidentifikasi konstruk-konstruk serta hubungan-hubungan dengan proporsi dan teori. Pada tataran ini, konstruk itu tidak dapat diamati karena belum ada nilainya. Lalu lantaran empiris, peneliti mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan mengoperasikan variabel-variabel, termasuk menemukan hubungan-hubungan anatar variabel. Pada tataran ini, pengamatan sudah dapat dilakukan karena variabel sudah mengandung nilai.

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel X atau variabel independent (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi perubahan atau timbulnya variasi *dependent* (terikat). Pada penelitian ini yang akan menjadi variabel bebas adalah Promosi (X1) dan Harga (X2)

2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel (Y) *dependent* (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Variabel dari penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y)

E. Jenis Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya kegiatan penelitian penulis. Data pada awalnya hanyalah bermula dari data mentahan atau data yang belum diolah. Jenis data yang digunakan dalam proses penelitian adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang pertama kali dikumpulkan oleh peneliti dalam hal ini primer di dapat dari jawaban kuisioner yang dibagikan kepada konsumen PT. Warna Agung Cabang Lampung. Data ini dikumpulkan untuk menjawab masalah dalam penelitian.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah dikumpulkan oleh orang lain. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian seperti buku-buku dan literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

F. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Konsep Operasional	Indikator
Promosi (X1)	Promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk mempengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut mencakup publisitas, penjualan perorangan dan periklanan. (Vernia, 2017)	Semakin tinggi promosi maka semakin besar konsumen dalam keputusan pembelian, sebaliknya Semakin rendah promosi maka semakin rendah konsumen dalam keputusan pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan 2. Promosi Penjualan 3. Penjualan Perseorangan 4. Hubungan Masyarakat 5. Penjualan Langsung (Prilano et al., 2020)
Harga (X2)	Mendefinisikan harga sebagai jumlah uang yang dibagikan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan	Semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya Semakin rendah harga maka keputusan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kejangkauan Harga 2. Kesesuaian Harga dengan kuaalitas produk 3. Daya saing harga

	produk (Yusuf, 2018)	pembelian semakin tinggi	4. Kesesuaian harga dengan manfaat (Falcon, 2019)
Keputusan Pembelian (Y)	Menjelaskan keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. (Gunawan et al., 2022)	Seperangkat proses mengenai pengambilan keputusan	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian (Mazuanda, 2018)

Sumber data : data diolah tahun 2023

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang sering tidak memerlukan peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan yang sudah disusun secara terlebih dahulu. (Sanusi, 2017)

Kuesioner dalam penelitian menggunakan tipe pertanyaan tertutup pernyataan yang mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pernyataan yang telah tersedia. Pernyataan pada angket tertutup menggunakan skala likert 1-5 dengan menggunakan pernyataan berkala jawaban untuk setiap instrumen skala Likert mempunyai gradasi dari negatif sampai positif.

Tabel 3.2
Model Skala Likert

Jawaban Pertanyaan	Bobot Nilai
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
R (Ragu-Ragu)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber : Diolah Oleh Penulis(2023)

Menurut (Hertanto, 2017) kelebihan Instrumen kuesioner yang menggunakan skala Likert dengan 5 skala adalah kuesioner tersebut mampu mengakomodir jawaban responden yang bersifat netral atau ragu-ragu. Dalam penelitian ini dalam satu indikator terdapat dua pertanyaan atau pernyataan alasannya adalah apabila pada saat dilakukan uji instrument penelitian diperoleh hasil tidak valid atau tidak reliable makamasih ada item pernyataan yang bias digunakan untuk mengukur indikator (Muhammad Taufiq Azhari et al., 2023).

2. Dokumentasi.

Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/ tulisan, wasiat, buku, undang-undang, dan sebagainya.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data kuantitatif adalah metode komputasi dan statistik yang berfokus pada analisis statistik, matematik atau numerik dari kumpulan data. Maka dari itu, untuk menggunakan metode ini pada penelitian Anda, pastikan data Anda dapat diukur atau dinumerikkan.

Kegiatan Analisis data adalah sebuah proses investigasi, pembersihan, transformasi dan pemodelan data menggunakan tujuan menemukan gosip yang bermanfaat, menginformasikan kesimpulan serta mendukung pengambilan keputusan.

1. Instrumen Penelitian

Menurut (Indah Suciati & Hapsan, 2022) Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk memperkirakan indikasi alam ataupun sosial yang diteliti, secara eksklusif semua indikasi tersebut dikatakan variabel penelitian.

a. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul untuk membuat kesimpulan yang berlaku secara umum (Budi & Yasa, 2023). Pada penelitian ini analisis statistic deskriptif terdiri dari nilai mean, median, maksimum, minimum, dan standar deviation. Analisis statistic deskriptif memiliki tujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data berdasarkan pada hasil yang diperoleh dari jawaban responden dari variabel yang diteliti yaitu promosi, harga, dan keputusan pembelian

b. Uji Validitas

Menurut (Hidayat, 2021) Alat ukur atau sebuah instrument yang akan dilakukan penelitian untuk menjadi alat ukur yang bisa diterima atau standart maka alat ukur tersebut harus melalui uji validitas dan reliabilitas dari data Metode korelasi yang digunakan adalah *person moment* menggunakan SPSS, yang dirumuskan sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

R = koefisien korelasi

X = skor butir

Y = skor butir soal

N = jumlah sampel

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ artinya setiap item soal valid

Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ artinya setiap item soal tidak valid

2) Pengujian validitas instrumen dilakukan menggunakan program

SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 25).

c. Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno dalam (Indrawanto, 2019) adalah kegiatan menguji kuesioner sebagai alat pengukur gejala pada suatu waktu tapi senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Uji Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan pengelolaan yang dibantu oleh SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 25) dengan membandingkan antara Alpha dengan interpretasi nilai r . Uji reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sum \sigma^2} \right]$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

$\sum \sigma_i$ = Jumlah varian skor tiap item

K = Banyaknya soal

σt^2 = Varian total

Selanjutnya untu menginterprestasikan besarnya nilai r Alpha indeks korelasi sebagai berikut :

Tabel 3.3

Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Nilai Korelasi	Keterangan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-0,1,000	Sangat Kuat

(Sinambela 2014)

2. Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan hasil yang akurat terhadap analisis regresi berganda maka peneliti melakukan pengujian asumsi klasik untuk mengetahui apakah data yang digunakan telah memenuhi ketentuan dalam model regresi. Uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda (Hidayatullah et al., 2023)

a. Uji Normalitas

Menurut (Hidayatullah et al., 2023) Uji normalitas memiliki tujuan untuk melihat normal tidaknya distribusi variabel X dan variabel Y dalam model regresi. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov yang terdapat di program SPSS yang merupakan salah satu cara menguji normalitas residual. Pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu :

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka data tersebut terdistribusi normal
2. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka data tersebut tidak terdistribusi dengan normal

b. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Hidayatullah et al., 2023)

Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas yakni :

1. Jika nilai toleransi $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji. Sebaliknya, Jika nilai toleransi $< 0,10$ maka terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji

2. Jika nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*) < 10.00 berarti tidak terjadi multikolinieritas terhadap datayang diuji. Sebaliknya, Jika nilai VIF > 10.00 berarti tidak terjadi multikolinieritas terhadap datayang diuji.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Hidayatullah et al., 2023) Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan antara persamaan regresi dengan varians dan residual satu ke pengamatan lainnya regresi yang baik adalah regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

1. Apabila sig.2-tailed $< 0,05$ maka terdapat masalah heteroskedastisitas, dimana variabel bebas dapat dinyatakan mengalami heteroskedastisitas.
2. Apabila sig.2-tailed $> 0,05$ maka tidak terdapat masalah heteroskedastisitas, dimana variabel bebas dapat dinyatakan mengalami heteroskedastisitas

3. Metode Analisis Data

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Julianto Hutasuhut et al., 2023) uji Regresi linier berganda bertujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih regresi disebut juga regresi berganda oleh karena variabel independen

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 independen atau bebas yaitu pengaruh harga (X1) dan pengaruh promosi media sosial (X2) terhadap volume penjualan (Y) rumus regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah

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

Keterangan

Y = nilai variabel *dependent* keputusan pembelian (Y)

a = Konstanta

X1 = nilai variabel *independent* promosi (X1)

X2 = nilai variabel *independent* harga (X2)

b1 = Nilai Coefficients

b2 = Nilai Koefisien

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji statistik t dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel variabel dependen (Romer, 2020) Pengujian ini dilakukan dengan kriteria apabila

signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima dan apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak

b. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen atau terikat (Imam Ghazali) dalam (Wahyuni & K.H., 2018). Uji simultan F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama atau simultan antara variabel independen 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 di dalam tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H^0 ditolak dan H^1 diterima. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.
- b. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H^0 diterima dan H^1 Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2018) koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen (Y) yang disebabkan oleh variable independen (X). nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika R^2 semakin besar, kemampuan variable-variabel independen (Y) dalam menjelaskan variabel dependen (Y) amat terbatas atau rendah. Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian. Guna mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel (dependen) secara parsial maupun berganda akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus :

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

Keterangan :

KD = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi