

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut (Sugiyono,2024) penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah atau scientific karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, serta sistematis. Metode ini dikatakan metode kuantitatif karena data penelitian yang di pakai berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

#### **3.2 Objek dan Subjek Penelitian**

##### **3.2.1 Objek Penelitian**

Menurut (Sugiyono, 2024) objek penelitian merupakan suatu atribut atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Objek penelitian adalah sifat keadaan dari suatu benda, orang, atau yang menjadi pusat perhatian dan sasaran penelitian. Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa

yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan, bisa juga ditambahkan dengan hal-hal lain jika dianggap perlu. Objek penelitian pada penelitian ini adalah KC Haris Jaya Tenun Jumputan berkaitan dengan variabel Promosi, Persepsi Harga, Persepsi Konsumen, dan keragaman Produk terhadap keputusan Pembelian.

### **3.2.2 Subjek Penelitian**

Menurut (Sugiyono, 2024) subjek penelitian adalah sesuatu yang diteliti baik orang, benda, ataupun lembaga (organisasi). Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai simpulan hasil penelitian. Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian memiliki peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian itulah data tentang variabel yang penelitian akan diamati. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah pelanggan yang berkunjung datang melakukan Pembelian di KC Haris Jaya Tenun Jumputan.

## **3.3 Teknik Pengambilan Sampel**

### **3.3.1 Populasi Penelitian**

Menurut (Sugiyono, 2024) menyatakan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki mutu serta ciri tertentu yang diresmikan oleh seorang peneliti guna dipergunakan untuk dipelajari sehingga kemudian akan ditarik

kesimpulan untuk hasil akhirnya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan yang datang melakukan pembelian pada produk KC Haris Jaya.

### 3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan ciri yang dimiliki oleh populasi. Menurut (Sugiyono, 2024) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari total dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi tersebut, dengan kata lain sampel merupakan metode dalam suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mengambil sebagian atas setiap populasi yang hendak akan diteliti. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan jenis *Non probability sampling* karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya dan dengan *Purposive sampling* sebagai teknik penentu sampel.

Menurut (Sugiyono, 2024) *Non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih sebagai sampel. Sedangkan teknik *Purposive sampling* menurut (Sugiyono, 2024) adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Adapun kriteria yang digunakan untuk pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu Responden

yang melakukan pembelian setidaknya minimal satu kali pembelian.

Dalam penelitian ini akan menggunakan rumus rosce dalam (Sugiyono, 2024) dengan ketentuan:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampel sampai dengan 500.
  2. Jika sampel dibagi dalam kategori (pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
  3. Jika dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate(korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen+ dependen), maka jumlah anggota sampel  $5 \times 10 = 50$ .
  4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s.d 20.
- Berdasarkan uraian di atas, poin nomor tiga sebagai acuan di dalam menentukan jumlah anggota sampel yang akan digunakan pada penelitian ini, yaitu  $10 \times 22$  indikator = 220. Jadi jumlah sampel yang dipakai berjumlah 220 sampel untuk di bagikan ke responden.

### **3.4 Jenis Data**

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh petunjuk dari setiap permasalahan yang sedang diteliti yang dilakukan dengan cara mencari data dari beberapa sumber terpercaya dan mengumpulkannya ke dalam beberapa pandangan serta informasi yang jelas untuk digunakan sebagai bagian dari bukti terkait dengan penelitian yang dibuat. Jenis data dibagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder.

#### **3.4.1 Data Primer**

Menurut (Sugiyono, 2024) data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dengan memberikan data yang ada kepada pengumpul data. Cara mengumpulkan data secara langsung dengan menggunakan instrumen penelitian yaitu menggunakan kuesioner, angket, pedoman wawancara terstruktur. Dalam penelitian ini data primer didapat dari kuesioner dari pelanggan KC Haris Jaya.

#### **3.4.2 Data Skunder**

Data sekunder merupakan data diperoleh secara tidak langsung (Sugiyono, 2020). (Sugiyono, 2024, p. 30) Data sekunder bisa didapatkan dari orang lain atau dokumen. Pada penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah buku, artikel, dan jurnal terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2020) kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pernyataan dan pertanyaan biasanya dapat berupa hal yang tertutup dengan pilihan jawabanyang telah ditentukan atau terbuka yang memungkinkan responden memberikan tanggapan bebas. Pada penelitian ini pertanyaan dan pernyataan yang diberikan peneliti adalah hal yang tertutup sehingga telah ditentukan. untuk jawabannya yang dirasa akan mempermudah responden untuk meluangkan waktu dan mengisi kuesioner yang telah diberikan oleh peneliti. Kuesioner dibagikan langsung kepada pelanggan KC Haris Jaya.

Untuk memperoleh penilaian sebuah penelitian dan mengetahui persepsi atas setiap jawaban yang diberikan responden, maka penelitian ini menggunakan salah satu skala pengukuran yakni skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur setuju atau tidaknya seseorang terhadap suatu objek dalam penelitian, Dimana skala likert terbagi atas beberapa bobot penilaian yang terdapat pada Tabel 3.1 berikut ini.

**Tabel 3. 1 Skor Penilaian Skala Likert**

No	Pernyataan	Kode	Skala
1	Sangat Tidak Setuju	STS	<i>Likert</i>
2	Tidak Setuju	TS	<i>Likert</i>
3	Netral	N	<i>Likert</i>
4	Setuju	S	<i>Likert</i>
5	Sangat Setuju	SS	<i>Likert</i>

### 3.6 Definisi Oprasional

Menurut Sugiyono (2020) variabel operasional adalah definisi yang digunakan oeneliti untuk menjelaskan komponen nilai yang memiliki variasi tertentu dan telah dipilih untuk dipelajari dan menghasilkan kesimpulan. Definisi operasional dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

<b>variabel</b>	<b>Definisi variabel</b>	<b>Indikator Variabel</b>	<b>Skala</b>
Promosi (X <sub>1</sub> )	Menurut Hurriyati didalam (Sihombing & Dewi, 2019) menyatakan bahwa promosi merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal	<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 kesesuai sasaran promosi</li></ol>	<i>Likert</i>

	pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan		
Persepsi Harga( $X_2$ )	persepsi harga adalah cara konsumen memandang dan mengevaluasi harga suatu produk atau layanan. Hal ini tidak hanya berkaitan dengan angka yang tertera pada tabel harga, tetapi juga tentang bagaimana konsumen manfsirkan nilai produk dalam kaitannya dengan harga yang ditetapkan (Fauzi & Permata, 2024).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga Terjangkau</li> <li>2. Sesuai manfaat yang akan diterima</li> <li>3. Lebih murah dari pesaing</li> </ol>	<i>Likert</i>
Persepsi Konsumen ( $X_3$ )	Machfoedz didalam (Fauzi & Permata, 2024) menyatakan bahwa persepsi adalah suatu proses yang melibatkan pemilihan, penyusunan, dan penafsiran informasi guna memperoleh makna.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi</li> <li>2. Kelengkapan produk</li> <li>3. Pelayanan</li> <li>4. Fasilitas</li> </ol>	<i>Likert</i>

Keragaman produk(X <sub>4</sub> )	menurut asep & Jenni didalam (Indrasari, 2019) menyatakan keragaman produk adalah kondisi yang tercipta dari ketersediaan barang dalam jumlah dan jenis yang sangat variatif, sehingga menimbulkan banyaknya pilihan dalam proses belanja konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran produk yang beragam</li> <li>2. Jenis produk yang beragam</li> <li>3. Bahan produk yang beragam</li> <li>4. Desain produk yang beragam</li> <li>5. Kualitas produk yang beragam</li> </ol>	<i>Likert</i>
Keputusan pembelian (Y)	Menurut Kotler dan amstrong didalam (Fauzi & Permata, 2024) menyatakan bahwa Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan Keputusan yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau apakah pembelian akan dilakukan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tujuan dalam membeli sebuah produk</li> <li>2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pilihan merek</li> <li>3. Kemantapan pada sebuah produk</li> <li>4. Memberikan rekomendasi pada orang lain</li> <li>5. Melakukan pembelian ulang</li> </ol>	<i>Likert</i>

### 3.7 Teknis Analisa data

Menurut (Sugiyono, 2024) teknik analisis data merupakan langkah dalam mencari dan proses penyusunan secara sistematis data yang didapatkan berasal dari hasil wawancara, hasil catatan lapangan, dan hasil dokumentasi dengan

cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan dalam menyusun kedalam pola, memilih data mana yang dianggap penting dan data yang akan dipelajari, dan dibuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Pada penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Pengelolaan data pada metode ini menggunakan SPSS dengan analisis sebagai berikut.

### **3.7.1 Uji validitas dan reabilitas**

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrument alat ukur telah menjalankan ukurannya. Hasil penelitian dikatakan valid jika terdapat kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data yang sesungguhnya (Sugiyono, 2024). Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu indikator. Suatu indikator dikatakan valid atau signifikan apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Sedangkan indikator dikatakan tidak valid atau tidak signifikan apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ .

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah uji kepercayaan terhadap instrumen atau indikator. Uji reliabilitas adalah proses pengukuran terhadap ketepatan dari suatu instrumen (Sugiyono, 2020). Uji reliabilitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai Cronbach's alpha dengan tingkat signifikan yang digunakan. Jika nilai Cronbach's alpha  $> 0,60$ , maka indikator dikatakan reliabel. Sedangkan jika nilai

Cronbach's alpha < 0,60, maka indikator dikatakan tidak reliabel.

### 3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas. Cara yang digunakan sebagai berikut.

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2021). Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan melakukan uji statistik nonparametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) tes yang terdapat di program SPSS. Jika nilai Sig. > 0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal. Sedangkan jika nilai Sig. < 0,05 maka data dikatakan berdistribusi tidak normal.

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian pada model regresi apakah ditemukan adanya masalah di antara variabel independen (Ghozali, 2021). Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas yaitu dapat dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*. Jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10 maka dikatakan tidak ada terjadinya

gejala multikolinearitas. Sedangkan jika nilai VIF > 10 dan nilai *tolerance* < 0,10 maka dikatakan adaterjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual data yang ada (Ghozali, 2021). Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Glejser yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual (error). Jika nilai signifikansi > nilai 0,05 maka dikatakan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka dikatakan bahwa terdapat masalah heteroskedastisitas.

### 3.7.3 Analisis Linear Berganda

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak(Ghozali, 2021). Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi, persepsi harga, persepsi konsumen, keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada KC Haris Jaya. Persamaan regresi berganda dirumuskan :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

b : Bilangan konstanta

B1 : Koefisien Promosi

- B2 : Koefesien Persepsi Harga  
B3 : Koefesien Persepsi Konsumen  
B4 : Koefesien Keragaman Produk  
X1 : Variabel Promosi  
X2 : Variabel Persepsi Harga  
X3 : Variabel Persepsi Konsumen  
X4 : Variabel Keragaman Produk  
e : Error

### 3.7.4 Uji Hipotesis

#### a. Uji Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis apabila peneliti menganalisis regresi parsial. Uji t mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan thitung dengan ttabel. Pada tingkat signifikan 5% maka jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $p\text{-value} > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak yang artinya kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan nilai pelanggan tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $p\text{-value} < 0,05$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang artinya kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan nilai pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan.

#### b. Uji Simultan (uji F)

Menurut (Sugiyono, 2024), Uji F bertujuan untuk mengetahui

pengaruh variabel independen secara simultan. Uji F digunakan untuk menguji kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan nilai pelanggan secara bersama-sama dalam menjelaskan kepuasan pelanggan. Pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel pada tingkat signifikan sebesar  $<0,05$ . Apabila F hitung  $> F$  tabel dan nilai p-value F-statistik  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Apabila F hitung  $< F$  tabel dan nilai p-value F-statistik  $>0,05$  maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima yang artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama.

### **3.7.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terikat dengan nilai antara nol sampai satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas.