

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah suatu kelompok individu-individu, objek-objek, atau item-item yang akan diambil sebagai sampel penelitian (Silalahi, 2015:372). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Fletcher & Co berjumlah 65 orang. Jumlah populasi sebanyak 65 orang didasarkan pada jumlah orang yang membeli produk Fletcher & Co dalam 1 tahun terakhir. Sementara untuk menentukan jumlah sampel menggunakan sampel jenuh. Menurut Sugiyono (2012:85) *sampling jenuh* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 65 orang.

#### **3.2 Definisi Operasional Variabel**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas 3.2. (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas adalah suatu variabel yang fungsinya menerangkan (mempengaruhi) variabel lainnya dan menggunakan notasi X, sedangkan variabel terikat ialah suatu variabel yang mendapatkan pengaruh dari variabel lain dan biasanya menggunakan notasi Y (Wijaya, 2013:5). Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari promosi ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan kualitas produk ( $X_3$ ). Variabel terikat yang digunakan adalah keputusan pembelian (Y). Masing-masing variabel dioperasionalkan sebagai berikut:

**Tabel 3.1** Variabel dan Indikator

Variabel	Indikator
Promosi ( $X_1$ ) merupakan semua aktivitas pemasar untuk menginformasikan kepada pelanggan mengenai produk dan untuk meningkatkan pelanggan potensial untuk membeli produk perusahaan (Solomon <i>et al.</i> , 2014:31).	Indikator promosi menurut Nagadeepa <i>et al.</i> , (2015) terdiri dari: a. Rabat & Diskon b. Kupon c. Paket harga d. Program loyalti e. Kontes
Harga ( $X_2$ ) merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk (Runtunuwu <i>et al.</i> , 2014)	Indikator harga menurut Runtunuwu <i>et al.</i> (2014) terdiri dari: a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga dengan manfaat
Kualitas produk ( $X_3$ ) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya (Runtunuwu <i>et al.</i> , 2014)	Indikator kualitas produk menurut Hitt <i>et al.</i> (2011:142) terdiri dari: a. <i>Performance</i> b. <i>Features</i> c. <i>Flexibility</i> d. <i>Durability</i> e. <i>Conformance</i> f. <i>Serviceability</i> g. <i>Aesthetics</i> h. <i>Perceived quality</i>
Keputusan pembelian (Y) merupakan proses yang didahului oleh adanya pengenalan kebutuhan dalam diri konsumen, yaitu adanya rangsangan yang tidak terpenuhi, ditambahkan adanya informasi baik internal dan/atau eksternal. Serta dilanjutkan dengan adanya proses evaluasi oleh konsumen atas informasi dan permasalahan yang telah diketahui (Lamb <i>et al.</i> , 2012:125)	Indikator keputusan pembelian menurut Tresnanda <i>et al.</i> (2014) terdiri dari: a. Pengenalan masalah b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian e. Keputusan pasca pembelian

**Sumber** : data sekunder eksternal, diolah oleh peneliti 2016

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner yang disebar kepada konsumen Fletcher & Co. Kuesioner menggunakan skala Likert dengan pilihan jawaban dan skor sebagai berikut:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) memiliki skor 1
- b. Tidak Setuju (TS) memiliki skor 2
- c. Netral (N) memiliki skor 3
- d. Setuju (S) memiliki skor 4

- e. Sangat Setuju (SS) memiliki skor 5

### 3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji korelasi *product moment*. Uji korelasi *product moment* dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total dalam hal ini adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Kriteria yang digunakan apabila tingkat signifikan  $r$  hitung yang didapatkan kurang dari 5% (0,05) maka dapat dikatakan valid (Yusri, 2016:85). Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur apakah alat ukur yang digunakan cukup akurat, stabil, atau konsisten dalam mengukur apa yang diukur. Koefisien reliabilitas berkisar antara 0,0 sampai 1,0. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai koefisien reliabilitas minimal 0,5 (Tedi Rusman, 2013:57).

### 3.5 Metode Analisis Data

#### 3.5.1 Uji Asumsi klasik terdiri dari:

- 1) Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah ada korelasi antar variabel bebas pada model regresi. Ketentuan yang digunakan adalah apabila nilai VIF kurang dari 10 menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas, sebaliknya apabila nilai VIF lebih dari 10 maka terjadi multikolinieritas.

- 2) Uji normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengecek apakah residual berdistribusi normal. Uji ini perlu dilakukan karena perhitungan statistik parametrik memiliki asumsi normalitas

sebaran. Ketentuan yang digunakan adalah residual dikatakan normal apabila signifikan nilai *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05.

3) Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari *residual* untuk semua pengamatan pada model regresi. Metode yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas adalah uji Glejser. Uji Glejser dilakukan melalui hasil regresi dari variabel bebas terhadap nilai absolut residual. Ketentuan yang digunakan adalah tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikan pada uji t yang didapat lebih dari 0,05.

4) Uji autokorelasi

Penelitian ini melakukan uji autokorelasi dengan melihat nilai Durbin-Watson (DW). Dikatakan tidak ada autokorelasi apabila nilai Durbin-Watson berada diantara dU dan (4-dU).

5) Uji Linieritas

Uji linieritas adalah uji statistik untuk melihat keadaan di mana hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen bersifat linier (garis lurus). Hubungan antara variabel bebas dan terikat dikatakan linier jika *deviation from linearity* signifikansinya lebih besar dari 0,05.

### 3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Regresi linier berganda

Suatu model regresi yang bertujuan untuk menjelaskan suatu variabel dependen atau terikat yang dihubungkan dengan dua atau lebih variabel independen atau variabel bebas. Penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

$\alpha$  = Koefisien konstanta; e = error atau residual

$X_1$  = Promosi

$X_2$  = Harga

$X_3$  = Kualitas produk

$\beta_1$  = Koefisien regresi promosi

$\beta_2$  = Koefisien regresi harga

$\beta_3$  = Koefisien regresi kualitas produk

b. Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien korelasi merupakan nilai yang menunjukkan seberapa besar hubungan antar variabel. Nilai koefisien korelasi berkisar pada 0 – 1, semakin mendekati angka 1 maka semakin kuat hubungan yang terjadi, sebaliknya semakin mendekati angka nol maka semakin lemah. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menyatakan proporsi keragaman pada variabel terikat yang mampu dijelaskan oleh variabel bebasnya. Nilai  $R^2$  berkisar pada 0-1, nilai  $R^2$  yang mendekati 1 menunjukkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya semakin kuat, sebaliknya semakin mendekati 0 maka semakin lemah.

c. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Ketentuan yang digunakan: 1) Apabila tingkat signifikan  $F_{hitung}$  berdasarkan hasil pengolahan data lebih besar dari 0,05 (5%) maka hipotesis ditolak yang artinya variabel bebas tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat; 2)

Apabila tingkat signifikan  $F_{hitung}$  berdasarkan hasil pengolahan data lebih kecil dari 0,05 (5%) maka hipotesis diterima yang artinya variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

d. Uji t

Uji t bertujuan untuk membuktikan hipotesis pengaruh secara parsial (individual) dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Ketentuan yang digunakan dalam pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t sebagai berikut: 1) Apabila nilai signifikansi pada uji t lebih kecil dari 0,05 maka variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat; 2) Apabila nilai signifikansi pada uji t lebih besar dari 0,05 maka variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

