

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Riset yang dilaksanakan pada Toko Aprianti adalah di jalan Telkom, Kepnghuluan Teluk Pulau, Kecamatan Pasar Limau Kapas, Kabupaten Rokan Hilir.

2. Waktu Penelitian

Dalam riset ini Waktu penelitian pelaksanaannya di awali dari bulan Februari 2025 hingga bulan Maret 2025. Untuk lebih detailnya dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

N o	Kegiatan	Jadwal Riset																							
		Nov 2024				Des 2024				Jan 2025				Feb 2025				Mar 2025				April 2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul			■	■																				
2	Persetujuan Judul				■	■																			
3	Penyusunan Proposal					■	■	■	■	■	■														
4	Seminar Proposal											■	■												
5	Pengumpulan dan Pengolahan Data													■	■	■	■								
6	Penyusunan Skripsi															■	■	■	■						
7	Sidang Meja Hijau																						■	■	

B. Populasi dan Sample

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017), populasi adalah jumlah bagian dari semua objek yang memiliki karakteristik yang mampu diamati oleh periset. Pada riset ini sebagai populasinya adalah konsumen yang pernah maupun sedang membeli pada Toko Aprianti dengan jumlah 120 orang.

2. Sample

Menurut Sugiyono (2017), sample adalah bagian dari jumlah serta ciri khas dalam jumlah populasi. Rumus Slovin digunakan untuk menghitung ukuran sampel.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : toleransi ketidak telitian (10%) sehingga:

$$n = \frac{120}{1 + 120(0,1)^2}$$

54,5 = 55 orang.

Jumlah sampel yang diambil adalah 55 orang, berdasarkan rumus slovin tersebut. Random sampling, metode pengambilan sampel non-probabilitas, digunakan untuk memilih responden berdasarkan karakteristik khusus yang

dimiliki sampel tersebut yang dipandang mempunyai sangkut paut erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya.

Karakteristik pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

- 2.1. Orang yang pernah atau sedang membeli di Toko Aprianti.
- 2.2. Berusia 15 tahun atau leboh, sebab sudah dianggap memahami dalam menjawab pernyataan kuesioner yang diberikan.

C. Defenisi Operasional Variable

Secara umum definisi operasional dipakai agar dapat mengetahui secara detail dari setiap variable yang ada dalam riset secara keseluruhan atau simultan. Berikut ini ditampilkan tabel dari defenisi operasional variabel pada penelitian ini, yakni sebagai berikut :

Tabel 3.2
Defenisi Operational Variabel

Variable	Defenisi Operasiional	Indicator	Skala
Kualitas Produk (X_1)	Kualitas produk mencakup kemampuan produk untuk menjalankan berbagai fungsi, termasuk daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, dan kemudahan dalam perbaikan, serta atribut lainnya. Jika suatu produk mampu menjalankan fungsi-fungsinya dengan baik, maka produk tersebut dapat dianggap memiliki kualitas yang baik. (Kotler dan Armstrong)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian dengan spesifikasi Kualitas 2. Keandalann 3. Daya tahan 4. Esthetika 5. Kualitas yang dipersepsikan 	Likert
Strategi Pemasaran (X_2)	Strategi pemasaran adalah rangkaian tujuan, saran, kebijakan, dan pedoman yang memberikan arahan bagi kegiatan pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan pasar 2. Perencanaan Produk 	Likert

	perusahaan seiring waktu, pada setiap tingkat dan referensinya, serta pembagian sumber daya yang relevan. (Elliyana et al., 2022)	3. Penetapan Harga 4. Sistem Distribusi 5. Komunikasi Pemasaran	
Harga (X_3)	Harga, nilai, dan utilitas adalah atribut yang berhubungan dengan suatu produk, yang memungkinkan produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen (Satisfaction). Bukhary Alma (2020)	1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian Harga 3. Daya Saing 4. Keseuaian Harga dengan Manfaat 5. Mempengaruhi Keputusan	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk menggabungkan informasi guna menilai dua atau lebih pilihan perilaku dan memutuskan salah satunya. Peter dan Olson dalam Indrasari (2019),	1. Tujuan 2. Proses Informasi 3. Kepastian 4. Memberikan Rekomendasi 5. Pembelian Kembali	Likert

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini, penulis memakai data primer serta data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian atau responden. Sedangkan data primer diperoleh melalui kuesioner. Sementara itu, data sekunder menggambarkan data yang diperoleh berdasarkan data yang telah diteliti dan digabungkan unsur lain yang berhubungan dengan permasalahan penelitian (Sugiyono, 2017). Contoh dari data sekunder adalah data dari internal

perusahaan seperti susunan organisasi, kondisi keuangan serta gambaran umum perusahaan.

2. Sumber Data

Seluruh data yang dipergunakan dalam riset ini adalah data primer. Definisi dari data primer ialah data yang didapat peneliti dari sumber asli. Dalam riset ini data didapat langsung lewat angket yang disebar kepada pelanggan Toko Aprianti.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2017), teknik pengumpulan data merupakan tahapan yang lebih utama dalam riset sebab tujuan dilakukannya sebuah penelitian ialah mendapatkan data. Adapun teknik dalam pengumpulan data pada penelitian ini ialah :

1. Interview atau wawancara dengan memberikan pertanyaan terhadap konsumen Toko Aprianti.
2. Kuesioner adalah sebuah pernyataan yang dibuat dalam bentuk kalimat sesuai dengan indikator pada setiap variabel.
3. Studi dokumentasi yaitu data yang didapat melalau buku-buku serta jurnal yang berkenaan dengan kualitas produk, strategi pemasaran dan harga.

Adapun tehnik pengumpulan data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Suatu kuesioner yang disebar merupakan tehnik pengumpulan data dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis diberikan kepada responden untuk dijawab.

Sedangkan skala yang dipakai pada penelitian ini skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan skala yang didasari pada pengenalan sikap responden dalam menjawab setiap pernyataan yang berkaitan dengan indikator suatu variable yang akan diukur.

F. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Adapun pendapat (Ghozali, 2016), uji validitas digunakan untuk menilai valid atau tidak validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner akan dinyatakan syah atau valid jika pertanyaan yang dibuat dalam kuesioner bisa mengungkapkan sesuatu yang akan di uji oleh kuesioner tersebut. Dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{table} .

2. Uji Reliabilitas

(Ghozali, 2016) berpendapat bahwa Uji Reliabilitas dilaksanakan untuk melihat konsistensi hasil dari keseluruhan hasil atas sebuah jawaban mengenai tanggapan responden. Uji ini merupakan cara untuk mengetahui suatu kuesioner sebagai indikator pada variabel atau konstruk. Kuesioner dapat dinyatakan releabel atau handal jika jawaban responden atas pertanyaan konsisten atau stabil atas setiap waktu. Umumnya suatu konstruk atau variabel dinyatakan releabel jika nilai Cronbach Alpha > (lebih besar) dari 0,60.

G. Metode Analisis Data

1. Metode Analisis Deskriptif

Methodode yang biasa dipergunakan untuk menyajikan data kuantitatif dalam bentuk deskriptif adalah Metode analisis deskriptif. Pada metode ini, lazim

digunakan adalah dengan melaksanakan survei, deskriptif berkesinambungan dan studi kasus. Metode analisis deskriptif pada penelitian kuantitatif menurut pendapat (Sugiyono, 2017) sebuah statistik guna menganalisa data dengan mendeskripsikan data yang diperoleh dengan apa adanya dan tidak membuat kesimpulan yang berlaku secara generalisasi.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

2.1. Uji Normalitas

Ghozali dalam (Rizky Primadita Ayuwardani dan Isroah, 2018) mengutarakan bahwa penggunaan uji normalitas untuk melakukan uji untuk mengetahui apakah dalam sebuah model dari regresi atas variable terikat terdistribusi secara normal. Data dalam penelitian akan dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikasinya $>$ (lebih besar) dari 0,05 dan dalam riset ini dipakai pendekatan histogram, grafik serta kolmogorov-smirnov.

2.2. Uji Multikolinearitas

Ghozali dalam (Rizky Primadita Ayuwardani dan Isroah, 2018) berpendapat bahwa uji multikolinearitas dapat digunakan untuk melihat serta memahami apakah antar variable independen terdapat korelasi di dalam model regresi. Pada sebuah penelitian yang baik semestinya tidak ada terdapat multikolinearitas. Untuk dapat mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas bisa diuji dengan melihat nilai *tolerance* dan *varian factor* (VIF). Jika nilai

Tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10 maka pada penelitian ini tidak terdapat multikolinearitas.

2.3. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali dalam (Rizky Primadita Ayuwardani dan Isroah, 2018) berpendapat bahwa uji heteroskedastisitas dipakai untuk dapat menguji atau melihat apakah dari suatu pengamatan ke pengamatan lain ada perbedaan varian residual. Untuk melihat apakah ada atau tidak heteroskedastisitas ini dapat dilakukan pengamatan dengan cara memperhatikan bentuk gelombang, melebar dan menyempit, apabila hal itu terjadi maka dalam riset tersebut terdapat heteroskedastisitas begitu pula dengan sebaliknya.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk melihat apakah variabel independen atau variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel dependen atau variabel terikat dapat dilakukan Analisis regresi linear berganda. Berikut ini akan dijabarkan bentuk dari persamaan regresi, seperti berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Ket. :

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

$b_1b_2b_3$: Koefesien Regresi

X_1 : Kualitas Produk

X_2 : Strategi Pemasaran

X_3 : Harga

e : Standard Error (standar deviasi disekitar garis estimasi regresi yang dipakai untuk mengukur variabilitas nilai Y aktual dari Y prediksi)

Regresi linear berganda menurut (Ghozali, 2016) merupakan sebuah model regresi yang meliputi lebih dari satu variabel independent. Untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan melalui Analisis regresi linear berganda. Analisis ini membutuhkan pengujian secara bersama-sama dengan menggunakan F_{hitung} . Signifikansi ditentukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} atau melihat signifikansi pada output SPSS. Pada beberapa contoh kasus dapat terjadi bahwa secara serempak atau simultan serempak beberapa variabel berpengaruh yang signifikan, namun secara parsial tidak berpengaruh.

4. Analisis Hipotesis

4.1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau uji parsial bertujuan untuk dapat mengetahui berapa besar pengaruh antara variable independen dengan variabel dependent dengan variabel lainnya konstan. Ada beberapa bentuk pengujiannya yaitu, anatar lain :

4.1.1. Merumuskan Hipotesis

H_0 = Tidak memiliki pengaruh yang positif serta signifikan secara parsial dari Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Asin Di Toko Aprianti.

H_a = ditemukan pengaruh yang positif serta signifikan secara parsial dari Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Asin Di Toko Aprianti.

a. Tingkat Keyakinan

Pada penelitian ini, derajat keyakinan yang dipakai yaitu sebesar 95% atau dengan tingkat signifikan sebesar 5% dengan kriteria sebagai berikut :

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_a bisa diterima sedangkan H_0 ditolak. Ini berarti didalam riset ini ditemukan pengaruh yang positif serta signifikan atas Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Asin Di Toko Aprianti.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 dapat diterima sedangkan H_a ditolak artinya dalam riset ini tidak ditemukan pengaruh yang positif dan signifikan dari Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Asin Di Toko Aprianti.

b. Kesimpulan

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

4.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji f atau uji simultan dipakai dalam riset ini bertujuan untuk melihat pengaruh secara keseluruhan antara variable independen dengan variable dependen, berikut ini ada beberapa bentuk pengujian simultan :

4.2.1. Merumuskan Hypotesa

H_0 = tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan dari Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Asin Di Toko Aprianti.

H_a = ada pengaruh yang positif serta signifikan secara simultan dari Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Asin Di Toko Aprianti.

4.2.2. Tingkat Keyakinan

Tingkat keyakinan yang digunakan pada penelitian ini, yaitu sebesar 95% dengan taraf signifikan sebesar 5% dengan kriteria sebagai berikut :

Apabila $F_{hitung} > F$ pada $\alpha = 5\%$, H_a dapat diterima sedangkan H_0 ditolak. Ini berarti bahwa didalam riset ini ada pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama dari Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Asin Di Toko Aprianti.

Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, H_0 diterima sementara H_a ditolak ini artinya didalam riset ini tidak terdapat pengaruh yang

positif serta signifikan secara simultan atas Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Asin Di Toko Aprianti.

4.2.3. Kesimpulan

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima jika $F_{hitung} > F$ pada $\alpha = 5\%$

4.3. Koefisien Determinasi

Secara menyeluruh, koefisien determinasi dipakai untuk bisa mengukur berapa besarnya persentase sumbangan dari variabel bebas. Karena, semakin besar nilai R^2 maka akan semakin baik kemampuan variabel X menjelaskan variabel Y dimana $0 < R^2 < 1$. Apabila nilai R^2 kian kecil maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y akan relatif kecil pula.