

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain penelitian

Penulis penelitian ini menggunakan metodologi penelitian lapangan dan penelitian kuantitatif. Sebagai metodologi penelitian yang ditinjau berdasarkan positivisme, penggunaan penelitian kuantitatif guna memahami sampel ataupun berbagai sampel; umumnya teknik mengambil sampel dengan random, penggunaan instrument penelitian untuk mengumpulkan informasi, dan analisis kuantitatif dilakukan dalam melakukan uji hipotesa yang terbentuk sebelumnya (Sugiyono, 2019). Dua kategori variabel penelitian yaitu variabel terikat dan variabel bebas digunakan dalam penelitian ini. Dalam hal ini variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, dan variabel terikat yaitu variabel yang diberikan pengaruh.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2019) merupakan kelompok luas yang terbagi menjadi berbagai item orang-orang dengan atribut yang ditetapkan peneliti agar diperiksa dan ditetapkan kesimpulannya. Peneliti dapat lebih mudah dan tepat mendapatkan data yang diperlukan dengan memilih demografi yang sesuai. Pelanggan yang berbelanja di Suzuya Mall di Rantauprapat menjadi populasi penelitian.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah komponen ukuran dan susunan populasi. Cara lain untuk menggambarkan sampel adalah sebagai komponen atau wakil dari populasi, yang mencerminkan ciri-ciri populasi secara keseluruhan (Sugiyono, 2019). Besarnya sampel pada penelitian ini ditentukan dengan menerapkan persamaan Lemeshow karena populasinya tidak diketahui. Rumus lemeshow seperti yang dikemukakan oleh Riyanto & Hermawan (2020) yaitu dengan berikut

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z = Nilai tabel norma dengan alpha tertentu

P = Fokus Kasus

d = alpha (0,1) atau 10% dari tingkatan keyakinan 95% yang umumnya diterapkan pada penelitian

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

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

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 96$$

Jadi, jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 96 konsumen

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Suzuya Mall Rantauprapat. Penelitian ini dilaksanakan di bulan Oktober 2024. Waktu penelitian secara lebih gamblang akan ditampilkan pada Tabel berikut:

Table 3.1
Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Okt 2024				Nov 2024				Des 2024				Jan 2025				Feb 2025				Mar 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	Konsultasi judul dengan doping			■	■																				
3	Membuat pra riset					■	■																		
4	Pra Riset							■	■																
5	Penyusunan Proposal									■	■	■	■												
6	Bimbingan Proposal									■	■	■	■	■	■	■	■								
7	Seminar Proposal															■	■								
8	Pengolahan Data																	■	■	■	■	■	■	■	■
9	Penyusunan Skripsi																							■	■
10	Sidang																								■

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

3.4 Definisi Operasional

Sugiyono (2019) menegaskan bahwa definisi operasional variabel adalah suatu faktor-faktor yang mempengaruhi konstruk atau sifat yang diteliti untuk diubah menjadi suatu variabel yang dapat diukur. Definisi operasional pada penelitian ini yaitu:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1	Promosi Diskon (X ₁)	Diskon dimaknai dengan = penurunan harga atau diskon yang ditawarkan pada pembeli oleh penjual pada saat tertentu.	1. Persentase Diskon 2. Periode Promo 3. Syarat & Ketentuan 4. Jenis Produk yang Didiskon 5. Media Promosi yang Digunakan	Likert

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
2	<i>Servicescape</i> (X ₂)	<i>Servicescape</i> adalah pengaturan fisik yang dibuat atau dibangun oleh orang-orang untuk berkomunikasi dan terlibat satu sama lain tentang apa yang telah dihasilkan dengan cara yang menarik dan memengaruhi minat pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Ambient Conditions</i> (Kondisi Lingkungan) 2. <i>Spatial Layout and Functionality</i> (Tata Letak dan Fungsionalitas) 3. <i>Signs, Symbols, and Artifacts</i> (Tanda, Simbol, dan Artefak) 4. <i>Cleanliness and Maintenance</i> (Kebersihan dan Pemeliharaan) 5. <i>Social Factors</i> (Faktor Sosial) 	Likert
3	Harga (X ₃)	Harga suatu produk dapat didefinisikan sebagai beberapa dana yang harus dibayar pelanggan agar mendapat untung, hak milik, dan pemakaian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga Kompetitif 2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk 3. Diskon dan Promosi Harga 4. Kemudahan Akses Informasi Harga 5. Keterjangkauan Harga bagi Konsumen 	Likert
4	Fitur Produk (X ₄)	Fitur produk adalah seluruh komponennya yang dianggap penting oleh pelanggan sehingga tertarik untuk memiliki suatu produk tersebut	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keberagaman Fitur 2. Keunggulan Teknologi 3. Kemudahan Penggunaan 4. Manfaat dan Kepraktisan 5. Daya Tahan dan Kualitas Fitur 	Likert
5	Keputusan Pembelian (Y)	Pemahaman konsumen terhadap persyaratan dan kemauan produk, evaluasinya dari sumber yang ada, perumusan sasaran pembelian, dan identifikasi pilihan sebagai keputusannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan produk 2. Pilihan merek (<i>brand choice</i>) 3. Jumlah pembelian (kuantitas atau jumlah pembelian) 4. Waktu pembelian (<i>time of purchase</i>) 5. Metode pembayaran (metode pembayaran) 	Likert

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpul data yang diperlukan untuk riset ini, peneliti memanfaatkan teknik berikut:

3.5.1 Observasi

Sugiyono (2019) menegaskan bahwa teknik observasi adalah tahapan rumit yang terbagi menjadi unsur psikologis dan biologis. Proses ingatan dan observasi adalah dua proses yang paling penting.

3.5.2 Dokumentasi

Sugiyono (2019), dokumentasi adalah metode mengumpulkan informasi yang memanfaatkan catatan dan dokumen administratif sebagai sumber data primer.

3.5.3 Kuesioner

Kuesioner yaitu serangkaian pertanyaan yang dirancang dalam mendapatkan jawaban dari sampel sebelum analisis kuantitatif (Sugiyono, 2019). Baik tingkat respons maupun validitas dan reliabilitas data yang dikumpulkan akan dipengaruhi oleh desain kuesioner. Skala Likert lima poin merupakan penggunaan alat dalam pengukuran variabel riset ini.

Tabel 3.3
Skala Likert

No	Pernyataan	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

Sumber: Sugiyono (2019)

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas yaitu metrik yang menampilkan tingkatan validitas suatu instrument. Selain itu, Ghazali (2018) menyatakan jika besarnya 0,5 atau lebih dan korelasi tiap elemen bernilai positif, maka item tersebut dianggap sah. Tujuan uji validitas yaaitu menilai baiknya tes ataupun melakukn kegunaan pengukurannya. Solusi perangkat lunak produk statistik, atau SPSS, adalah program komputer yang diterapkan dalam penilaian validitas instrumen dalam penelitian ini. Dengan menggunakan kriteria signifikansi 0,5, uji validitas sebelumnya dilaksanakan dengan mengirikan angket pada 30 responden yang tidak terlibat pada penelitian ini.

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Corrected Item Total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Status
Promosi Diskon (X_1)	X _{1.1}	0,841	0,3610	Valid
	X _{1.2}	0,866	0,3610	Valid
	X _{1.3}	0,805	0,3610	Valid
	X _{1.4}	0,888	0,3610	Valid
	X _{1.5}	0,831	0,3610	Valid
<i>Servicescape</i> (X_2)	X _{2.1}	0,988	0,3610	Valid
	X _{2.2}	0,938	0,3610	Valid
	X _{2.3}	0,977	0,3610	Valid
	X _{2.4}	0,958	0,3610	Valid
	X _{2.5}	0,978	0,3610	Valid
Harga (X_3)	X _{3.1}	0,948	0,3610	Valid
	X _{3.2}	0,948	0,3610	Valid
	X _{3.3}	0,937	0,3610	Valid
	X _{3.4}	0,947	0,3610	Valid
	X _{3.5}	0,961	0,3610	Valid
Fitur Produk (X_4)	X _{4.1}	0,860	0,3610	Valid
	X _{4.2}	0,883	0,3610	Valid
	X _{4.3}	0,928	0,3610	Valid
	X _{4.4}	0,902	0,3610	Valid
	X _{4.5}	0,829	0,3610	Valid
Keputusan Pembelian	Y.1	0,946	0,3610	Valid
	Y.2	0,914	0,3610	Valid
	Y.3	0,893	0,3610	Valid

(Y)	Y.4	0,923	0,3610	Valid
	Y.5	0,937	0,3610	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2024

Hasil pengujian validitas dari tiap pernyataan dalam variable promosi diskon, *servicescape*, harga, fitur produk dan keputusan pembelian di atas dari nilai r tabel 0.3610 maka seluruh butiran pernyataan pada kuesioner *servicescape*, variasi produk, potongan harga, tempat dan keputusan pembelian dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Ghazali (2018) yaitu penggunaan teknik dalam memastikan apakah instrumen dapat digunakan kembali, idealnya dari informan yang serupa, sehingga mendapat hasil yang tetap. Artinya tingkatan konsistensi ditandai dengan ketergantungan instrumen. 0,7 merupakan nilai koefisien yang sangat baik.

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha Hitung	Keterangan
Promosi Diskon (X ₁)	0,900	Reliabel
Servicescape (X ₂)	0,982	Reliabel
Harga(X ₃)	0,970	Reliabel
Fitur Produk(X ₄)	0,927	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,956	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, 2024

Dari Tabel 3.5 diketahui nilai *Cronbach alpha* masing-masing variabel yaitu promosi diskon, *servicescape*, harga, fitur produk dan keputusan pembelian di atas dari 0,7, maka ukur yang digunakan pada penelitian ini dapat diandalkan.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Karena tidak semua data dapat dianalisis menggunakan regresi, maka uji

asumsi tradisional diterapkan dalam menetapkan data telah layak dianalisa. Tiga uji asumsi tradisional uji heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan normalitas diterapkan dalam penyelidikan ini.

3.7.1 Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan dalam melihat apakah variabel bebas dan terikat ataupun masing-masing pada model regresi berdistribusi normal (Ghozali 2018). Gunakan analisis visual plot probabilitas normal menggunakan standar berikut untuk menentukan apakah data berdistribusi normal (Ghozali, 2018):

1. Apabila data yang berbentuk berbagai titik menyebar pada sekitaran garis diagonal dan mengarahkannya, sehingga dinilai berdistribusi teratur.
2. Jika data menyimpang jauh dari arah garis ataupun tidak mengarah ke garis diagonal, maka dikatakan berdistribusi tidak normal.

3.7.2 Uji Multikolinieritas

Dalam melihat apakah model regresi melakukan deteksi terdapat hubungan antara variabel independen diterapkan pengujian multikolinearitas (Ghozali 2018). Tidak boleh ada hubungan antar variabel independen dalam model regresi yang layak. Untuk melakukan pengujian ini, diuji Variance Inflation Factors (VIF) dan Nilai Toleransi. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,10 maka model regresi dianggap bebas multikolinearitas.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan dalam melihat apakah residu observasi berbeda variannya dengan observasi lain dalam model regresi. Uji grafik plot merupakan salah satu cara untuk melakukan uji heteroskedastisitas. Pengujian penelitian ini

mencakup plot grafik antara sisa STRESID dan nilai antisipasi variabel terikat, ZPRED. Bila tidak adanya pola yang tampak dan berbagai titik menyebar lebih ataupun kurang dari angka 0 pada sumbu Y, sehingga tidak adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

3.8 Teknik Analisis Data

Sugiyono (2019) mengartikan teknik analisis data sebagai tindakan yang diikuti dengan pengumpulan informasi melalui seua responden ataupun yang lain, seperti mengelompokkan informasi berdasarkan variable dan karakter informan, melakukan tabulasi data berdasarkan variable melalui semua informan, menampilkan data bagi tiap vaiable yang diamati, menghitung agar mendapat jawaban rumusan permasalahan, dan menghitung agar hipotesa yang diberikan.

3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat yang ditunjukkan berbentuk regresi, diterapkan analisa regresi linier berganda. X adalah singkatan dari variabel bebas, dan Y adalah variabel terikat.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Promosi Diskon

X₂ = *Servicescape*

X₃ = Harga

X₄ = Fitur Produk

- a = Konstanta
- b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien Regresi
- e = Variabel Pengganggu

3.8.2 Uji t (Parsial)

Menurut Sugiyono (2019) hipotesis awal mengenai pengaruh promosi diskon, *servicescape*, harga dan fitur produk sebagai variabel bebas terhadap keputusan pembelian pada Suzuya Mall Rantauprapat diuji secara parsial.

Ambang batas signifikansi sebesar 0,05 kemudian diterapkan untuk membandingkan masing-masing hasil perhitungan tersebut dengan t tabel. Bila nilai signifikan t di bawah 0,05 maka persamaan regresi dianggap bermakna atau signifikan. Berbagai faktor berikut sebagai landasan perbandingan menguji hipotesa parsial menggunakan standar berikut:

- a. H_0 ditolak bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai $sig < 0,05$
- b. H_0 diterima bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai $sig > 0,05$

Jika H_0 diterima sehingga diambil kesimpulan tidak memberi pengaruh sementara jika H_0 ditolak berarti memberi pengaruh. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya promosi diskon, *servicescape*, harga dan fitur produk tidak memberi pengaruh keputusan pembelian pada Suzuya Mall Rantauprapat. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya promosi diskon, *servicescape*, harga dan fitur produk memberi pengaruh pada keputusan pembelian terhadap Suzuya Mall Rantauprapat.

3.8.3 Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2018), uji statistik F menunjukkan apakah variabel independen dalam model secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

Dari melakukan perbandingan nilai F yang dihitung dengan F tabel, Anda dapat menentukan signifikansinya. Alpha 5%, atau 0,05, merupakan ambang batas signifikansi yang digunakan. Kriteria berikut akan diterapkan untuk menyetujui atau menolak H₀:

- a) H₀ diterima bila F hitung > F tabel atau probabilitas < nilai signifikan (Sig ≤ 0,05), hal tersebut menampilkan variable independen memberi pengaruh dengan nyata pada dependen dengan waktu yang bersama-sama.
- b) H₀ disetujui bila F hitung < F tabel atau probabilitas > nilai signifikan (Sig ≥ 0,05), menunjukkan bahwa variabel independen tidak memberi pengaruh dengan nyata pada dependen dengan waktu yang bersama-sama

3.8.4 Koefisien Determinasi (R²)

Untuk menggambarkan persentase variansi variabel terikat (Y) yang dapat dipertanggungjawabkan oleh gabungan satu variabel bebas (atau beberapa variabel bebas: $X : i = 1, 2, 3, 4, \text{dst}$), maka koefisien determinasinya adalah koefisien korelasi. Variabel terikat (Y) dan faktor bebas apa pun yang berkontribusi terhadap penjelasannya diukur dengan koefisien korelasi gabungan, atau R, yang selalu bernilai positif. Uji determinasi berdasarkan Ghazali (2018) diterapkan dalam mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen (X) pada variabel dependen (Y).