

B.

41

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

(Sugiyono, 2017) populasi merupakan jumlah bagian dari keseluruhan objek yang mempunyai karakteristik yang dapat diamati oleh peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah orang yang pernah atau sedang berbelanja di toko sepatu Mail Panipahan berjumlah 120 orang.

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017) sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik didalam jumlah dari populasi.

Ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin.

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

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.

(Sanusi, 2013) dari rumus di atas diperoleh jumlah sampel sebanyak 55 responden. (Muhammad, 2013) adapun tehnik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah random sampling merupakan tehnik non probability sampling yang memilih orang-orang yang terseleksi oleh peneliti berpengalaman berdasarkan ciri-ciri 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:

- a) Orang yang pernah atau sedang membeli di toko sepatu Mail Panipahan.
- b) Berumur 15 tahun keatas, karena sudah dianggap paham untuk menjawab kuesioner yang diajukan.

D. Defenisi Operasional Variabel

Pada umumnya defenisi operasional digunakan untuk dapat memahami secara rinci setiap variabel yang ada dalam penelitian secara simultan atau keseluruhan. Dibawah ini tabel dari defenisi operasional variabel dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.2
Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
Promosi (X_1)	Promosi merupakan suatu proses komunikasi dari penyampaian amanat atau berita tentang produk/barang atau jasa dari penjual kepada para pembeli potensial (konsumen). (Salidin, 2016)	1. Kuantitas 2. Kualitas 3. Waktu promosi 4. Ketepatan Sasaran 5. Personal Selling	Likert
Desain Produk (X_2)	Desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan (Kotler, 2012)	1. Ciri-ciri 2. Tahan Lama 3. Tahan Uji 4. Kemudahan Perbaikan 5. Model	Likert
Lokasi (X_3)	Lokasi usaha merujuk pada beberapa kegiatan dalam pemasaran yang nantinya akan dapat	1. Akses 2. Visibilitas 3. Jarak	Likert

	memudahkan berjalannya proses penyaluran barang dan jasa kepada para pelanggan atau para konsumen. (Andi Jamal, 2021)	4. Tempat Parkir Aman 5. Ekspansi	
Kualitas Produk (X ₄)	Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. (Kotler & Amstrong, 2016)	1. Kesesuaian Spesifikasi 2. Keandalan 3. Daya tahan 4. Estetika 5. Kualitas yang dipersepsikan	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah salah satu bentuk perilaku konsumen didalam menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk (Kotler, 2012)	1. Proses Informasi 2. Kemantapan Produk 3. Memeberikan Rekomendasi 4. Pembelian Ulang	Likert

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer ialah data yang didapat langsung dari responden (objek penelitian). Data primer didapat melalui kuesioner. Sedangkan data sekunder merupakan data yang didapat berdasarkan data yang sudah diteliti dan digabungkan pihak lain yang berkaitan dengan permasalahan penelitian (Sugiyono, 2017). Data sekunder contohnya data dari dalam perusahaan seperti struktur organisasi, data keuangan dan gambaran umum perusahaan.

2. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Pada penelitian ini data

diperoleh langsung melalui daftar angket yang diberikan kepada konsumen toko sepatu Mail Panipahan di Jalan Bhakti Panipahan Pasir Limau Kapas.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut (Sugiyono, 2017) yaitu langkah yang paling utama dalam penelitian karena maksud dari penelitian ialah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah :

1. Wawancara dengan mengajukan pertanyaan kepada responden konsumen toko sepatu Mail Panipahan.
2. Kuesioner ialah pernyataan yang disusun kedalam bentuk kalimat sesuai dengan indikator masing-masing variabel.
3. Studi dokumentasi yakni didapat melalaui buku-buku dan jurnal mengenai pengembangan karir, motivasi kerja dan insentif.

Tekhnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Kuesioner merupakan tekhnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Skala *Likert* adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespons pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur.

F. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2016) uji validitas dipakai untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid bila pertanyaan pada kuesioner bisa untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut dan dikatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel.

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2016) pengujian ini dikerjakan untuk mengetahui konsistensi hasil dari seluruh hasil dari sebuah jawaban tentang tanggapan responden. Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang menjadi indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal bila jawaban responden terhadap pertanyaan ialah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Secara umum suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel bila nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60.

G. Metode Analisis Data

1. Metode Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif merupakan suatu metode yang dapat digunakan untuk menyajikan data kuantitatif kedalam bentuk deskriptif. Dalam metode ini, yang biasanya digunakan adalah dengan melakukan survei, studi kasus dan deskriptif berkesinambungan. Metode analisis deskriptif dalam penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2017) merupakan sebuah statistik untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan data yang telah terkumpul dengan adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

2. Uji Asumsi Klasik

Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melakukan uji apakah dalam sebuah model dari regresi atas variabel terikat memiliki distribusi yang normal, Ghozali dalam (Rizky Primadita Ayuwardani dan Isroah, 2018). Data dalam penelitian akan dinyatakan berdistribusi normal jika signifikasinya lebih besar dari 0,05, dan dalam penelitian ini digunakan pendekatan histogram, grafik dan kolmogorov-smirnov.

2) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali dalam (Rizky Primadita Ayuwardani dan Isroah, 2018) uji multikolinearitas digunakan untuk melihat dan mengetahui apakah antar variabel independen terdapat korelasi didalam model regresi. Didalam sebuah penelitian yang baik seharusnya tidak boleh terdapat multikolinearitas. Untuk dapat mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat diuji dengan melihat nilai *tolerance* dan *varian factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10 maka didalam penelitian ini tidak terdapat multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Ghozali dalam (Rizky Primadita Ayuwardani dan Isroah, 2018) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas digunakan untuk dapat menguji dan melihat apakah dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain terdapat perbedaan varian residual. Untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas ini dapat

dilakukan pengamatan dengan memperhatikan bentuk gelombang, melebar dan menyempit, jika hal tersebut terjadi maka dalam penelitian terdapat heteroskedastisitas dan begitu pula sebaliknya.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen atau variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Dibawah ini akan dituliskan bentuk dari persamaan regresi, yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

$b_1 b_2 b_3 b_4$: Koefesien Regresi

X_1 : Promosi

X_2 : Desain Produk

X_3 : Lokasi

X_4 : Kualitas Produk

e : Standar Error (standar deviasi disekitar garis estimasi regeresi yang digunakan untuk mengukur variabilitas nilai Y actual dari Y prediksi)

Menurut (Ghozali, 2016) regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi

linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Analisis regresi linear berganda memerlukan pengujian secara serempak dengan menggunakan F hitung. Signifikansi ditentukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel atau melihat signifikansi pada output SPSS. Dalam beberapa kasus dapat terjadi bahwa secara simultan (serempak) beberapa variabel mempunyai pengaruh yang signifikan, tetapi secara parsial tidak.

4. Analisis Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t memiliki tujuan untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruhnya antara variabel independen dengan variabel dependen dengan variabel lainnya konstan. Adapun bentuk-bentuk dari pengujiannya yaitu sebagai berikut :

1) Merumuskan Hipotesis

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial dari Promosi, Desain Produk, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian di Toko Sepatu Mail Panipahan.

H_a = terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Promosi, Desain Produk, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian di Toko Sepatu Mail Panipahan.

1) Tingkat Keyakinan

Dalam penelitian ini, tingkat keyakinan yang digunakan yaitu sebesar 95% atau dengan taraf signifikan sebesar 5% dengan kriteria sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_a dapat diterima dan H_o ditolak. Artinya didalam penelitian ini terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Promosi, Desain Produk, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian di Toko Sepatu Mail Panipahan.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_o diterima dan H_a ditolak dengan arti dalam penelitian ini tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Promosi, Desain Produk, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian di Toko Sepatu Mail Panipahan.

2) Kesimpulan

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

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

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji f digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh secara keseluruhan antara variabel independen dengan variabel dependen, berikut adalah bentuk dari pengujian simultan :

1. Merumuskan Hipotesis

H_o = tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara Promosi, Desain Produk, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian di Toko Sepatu Mail Panipahan.

H_a = memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara Promosi, Desain Produk, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian di Toko Sepatu Mail Panipahan.

2. Tingkat Keyakinan

Dalam penelitian ini, tingkat keyakinan yang digunakan yaitu sebesar 95% atau dengan taraf signifikan sebesar 5% dengan kriteria sebagai berikut :

Jika $F_{hitung} > F$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_a dapat diterima dan H_0 ditolak. Artinya didalam penelitian ini terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan dari Promosi, Desain Produk, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian di Toko Sepatu Mail Panipahan.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak dengan arti dalam penelitian ini tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan dari Promosi, Desain Produk, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian di Toko Sepatu Mail Panipahan.

3. Kesimpulan

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

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

c. Koefesien Determinasi

Secara umum, koefesien determinasi digunakan untuk dapat mengukur seberapa besar persentase sumbangan dari variabel bebas. Semakin besar nilai R^2 maka semakin baik pula kemampuan variabel X menerangkan variabel Y dimana $0 < R^2 < 1$. Kemudian jika nilai R^2 semakin kecil maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y relatif kecil.