

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian

1. Lokasi penelitian

Untuk membuat proposal skripsi ini, penyusun melakukan penelitian pada mini market AA Cikampak, Kecamatan Torgamba, Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dari bulan oktober 2022 sampai maret 2023.

Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Waktu (Bulan) 2022-2023																											
		Oktober		November				Desember				Januari				Februari				Maret				April					
		3	4	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	Penyusunan proposal		■	■	■																								
3	Bimbingan proposal			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■										
4	Seminar proposal																		■										
5	Penelitian skripsi																			■	■	■	■						
6	Bimbingan skripsi																							■	■	■	■		
7	Sidang meja hijau																										■		

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dan sampel diperlukan dalam sebuah penelitian untuk mengumpulkan data dari variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2015) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai bauran promosi dan karakteristik tertentu yang di terapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulan. Pada penelitian ini penulis memfokuskan populasi pada konsumen pada 1000 konsumen mini market AA.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2015) Sampel adalah bagian atau wakil populasi yang diteliti. Teknik penentuan sampel yang peneliti gunakan adalah penentuan sampel dengan menggunakan jumlah konsumen yang datang pada saat penelitian, dimana jumlah sampel diambil dari jumlah populasi, jumlah konsumen yang menjadi populasi adalah 1000 orang, sehingga penarikan sampel adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = Margin eror (10% atau 0,1)

Sehingga jumlah sampel (n) menjadi :

$$n = \frac{1.000}{(1 + 1.000 (0,1)^2)} = 90,9$$

Sehingga jumlah sampel yang digunakan adalah 91.

C. Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Defenisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Defenisi operasional bisa sebagai petunjuk bagaimana cara mengukur variabel. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang akan diukur. Adapun defenisi dari kelima variabel tersebut akan dijabarkan dibawah ini:

Tabel 3.2
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala pengukuran
1	Brand image (X ₁)	Brand image usaha adalah respon konsumen pada keseluruhan penawaran yang diberikan perusahaan dan didefinisikan sebagai sejumlah kepercayaan, ide-ide, dan kesan masyarakat pada suatu organisasi. (Wardhani, 2016)	1. Atribut produk 2. Keuntungan 3. Nama baik 4. Peningkatan Bauran promosi karyawan (Dahmiri, 2018)	Likert
2	Persaingan (X ₂)	Persaingan adalah suatu proses sosial ketika antar individu atau antar kelompok bersaing untuk mendapatkan suatu tujuan tertentu. (Sutrisno, 2019).	1. Merk 2. Persaingan Industri 3. Persaingan produk 4. Strategi pemasaran (Dahmiri, 2020)	Likert
3	Bauran promosi (X ₃)	Promosi merupakan hal yang perlu diperhatikan perusahaan dalam menjalankan kegiatannya untuk mencapai pasar sasaran sehingga produk yang ditawarkan	1. Periklanan 2. Promosi penjualan 3. Hubungan masa 4. Penjualan perorangan	Likert

		diketahui konsumen (Ersi,2018).	5.Pemasaran langsung 6.Citra perusahaan 7.Sponsorship 8.Pemasaran Gerilya 9.Penempatan produk 10.Digital marketing (Kotler, 2015)	
4	Keputusan pembelian (y)	Keputusan pembelian konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya.(Iswanto,2016)	1. Minat transaksi 2. Minat referensial 3. Minat preferensia 4. Minat eksploratif (Ferdinan, 2016)	Likert

Sumber : Data penelitian (2023)

D. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data berdasarkan sumbernya,terdiri dari:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat. Data primer yang ada dalam penelitian ini adalah data-data dari kuesioner, dalam penelitian ini data di primer di dapat dari hasil wawancara dengan konsumen.

2. Data Sekunder

Data sekunder di peroleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal, dan dokumentasi lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara yaitu bentuk pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan secara langsung kepada konsumen yang dijadikan sebagai sampel.
2. Kuesioner yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada konsumen, peneliti menyebarkan selebaran yang berisikan pertanyaan kepada para konsumen, dan konsumen menjawab pertanyaan tersebut dengan mengisi kuesioner yang telah disebar.
3. Studi Dokumentasi yaitu bentuk pengumpulan data sekunder dengan cara pengumpulan dokumen atau data yang berkenaan dengan judul peneliti.
4. Observasi yaitu dengan melakukan penelitian langsung dilapangan.

F. Uji Instrument Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Valid artinya data yang diperoleh melalui kuisisioner dapat menjawab tujuan penelitian. Bila r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan dinyatakan valid, sebaliknya r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

R tabel dapat diketahui dengan cara melihat tabel distribusi r , pada tingkat kepercayaan 0,05, pada baris ($n-k =$ Jumlah sampel-Jumlah variabel penelitian) .

a. Variabel Brand image (X_1)

Tabel 3.4
Uji Validitas *Brand Image* (X_1)

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	.413	,238	Valid
P2	.467	,238	Valid
P3	.300	,238	Valid
P4	.380	,238	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2023)

Berdasarkan Tabel 3.4 Untuk perbandingan nilai R hitung > R tabel maka uji valisitas dinyatakan valid, nilai r tabel adalah 0,238, nilai r tabel dapat diketahui dari R tabel df 1 = 0,05, df 2 =n-k=91-4=87, sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 87 yaitu 0,238 diperoleh hasil pengujian variabel brand image memiliki nilai yang lebih besar dari 0,238 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian.

b. Variabel Persaingan (X_2)

Tabel 3.5
Uji Validitas *Persaingan* (X_2)

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	.558	,238	Valid
P2	.630	,238	Valid
P3	.399	,238	Valid
P4	.649	,238	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2023)

Berdasarkan Tabel 3.5 Untuk perbandingan nilai R hitung > R tabel maka uji valisitas dinyatakan valid, nilai r tabel adalah 0,238, nilai r tabel dapat diketahui dari R tabel R tabel df 1 = 0,05, df 2 =n-k=91-4=87, sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 87 yaitu 0,238 diperoleh hasil pengujian variabel

persaingan memiliki nilai yang lebih besar dari 0,238 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian.

c. Variabel Bauran promosi (X₃)

Tabel 3.6
Uji Validitas bauran promosi (X₃)

Butir Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
P1	.710	,238	Valid
P2	.443	,238	Valid
P3	.568	,238	Valid
P4	.620	,238	Valid
P5	.540	,238	Valid
P6	.433	,238	Valid
P7	.678	,238	Valid
P8	.720	,238	Valid
P9	.668	,238	Valid
P10	.520	,238	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2023)

Berdasarkan Tabel 3.6 Untuk perbandingan nilai R hitung > R tabel maka uji valisitas dinyatakan valid, nilai r tabel adalah 0,238, nilai r tabel dapat diketahui dari R tabel R tabel df 1 = 0,05, df 2 =n-k=91-4=87, sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 87 yaitu 0,238 diperoleh hasil pengujian variabel bauran promosi memiliki nilai yang lebih besar dari 0,238 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian.

d. Variabel Keputusan pembelian (Y)

Tabel 3.7
Uji Validitas Keputusan pembelian (y)

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	.694	,238	Valid
P2	.562	,238	Valid
P3	.605	,238	Valid
P4	.797	,238	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2023)

Berdasarkan Tabel 3.7 Untuk perbandingan nilai R hitung $>$ R tabel maka uji valisitas dinyatakan valid, nilai r tabel adalah 0,238, nilai r tabel dapat diketahui dari R tabel tabel df 1 = 0,05, df 2 =n-k=91-4=87, sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 87 yaitu 0,238 diperoleh hasil pengujian variabel brand keputusan pembelian memiliki nilai yang lebih besar dari 0,238 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Situmorang dan Lutfi, 2019). Uji reliabilitas digunakan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan menunjukkan konsistensi didalam mengukur gejala yang sama. Pernyataan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas, maka akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika $r \alpha$ (alpha) positif atau \geq dari r tabel maka pernyataan reliabel.
- b. Jika $r \alpha$ (alpha) negatif atau \leq dari r tabel maka pernyataan tidak reliabel.

Suatu konstruk atau variabel ddikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $>$ 0,60.

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas (Reliability Statistics)

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Ket
1	Brand image (X_1)	0,839	0,60	Reliabel
2	Persaingan (X_2)	0,779	0,60	Reliabel
3	Bauran promosi (X_3)	0,763	0,60	Reliabel
4	Keputusan pembelian konsumen (y)	0,709	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2023)

Tabel 3.8 menunjukkan bahwa 16 pertanyaan memiliki koefisien diatas 0,60, sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut telah reliabel dan layak disebarakan kepada responden untuk digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini

G. Metode Analisis Data

Merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada hingga memberikan gambaran yang jelas melalui pengumpulan, penyusunan, dan menganalisis data hingga dapat diketahui gambaran umum perusahaan yang diteliti.

1. Asumsi Klasik

- a. Normalitas yaitu mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut mendistribusikan normal atau tidak, metode klasik dalam mengujian normalitas suatu data tidak begitu sulit. Menurut Imam Ghozali (2016) tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah masing-masing data variabel berdistribusi normal.

- b. Uji multi kolineritas yaitu bertujuan untuk menguji dalam metode regresi ditemukan kolerasi antara variabel bebas (independen). Menurut Imam Ghozali (2016) uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas.
- c. Heteroskedaritas bertujuan untuk menguji apakah dalam metode – metode regresi terjadi ketidak samaan varians dan residual satu pengamatan yang lain tetap, maka jika berbeda disebut heterokedatitas. Menurut Imam Ghozali (2016) uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui hubungan linear antara beberapa variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan pembelian

X₁ = Brand image

X₂ = Persaingan

X₃ = Bauran promosi

α = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien arah regresi

e = standar Error

3. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji T yaitu untuk menguji apakah variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai variabel terikat. Dengan rumus hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3) secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

$H_a : b_1, b_2, b_3 \neq 0$, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3) secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria Pengambilan Keputusan:

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

H_a di terima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Tabel t dapat dilihat pada tabel T dengan melihat pada kolom 0,05 (Tingkat kepercayaan), pada baris ke $n-1-k$ = (Jumlah sampel-1-variabel penelitian).

b. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel Independent berpengaruh secara bersama – sama atau simultan terhadap variabel dependent. Dengan rumus hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3) secara bersama-sama tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3) secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria Pengambilan Keputusan:

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

H_a di terima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Tabel f dapat dilihat pada tabel f dengan melihat pada kolom 0,05 (Tingkat kepercayaan), pada kolom $0,05:2 = 0,025$, baris $n-1-k =$ (Jumlah sampel-1-variabel penelitian).

c. Koefisien Determinan (R^2)

Determinan digunakan untuk melihat kontribusi variabel bebas (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel terikat (Y). Itikolnieritas terjadi apabila R^2 yang dihasilkan oleh suatu model regresi empiris sangat tinggi.