

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian

1. Lokasi penelitian

Untuk membuat skripsi ini, penyusun melakukan penelitian pada Techno Ponsel Aek batu desa asam jawa yang berlokasi di desa asam jawa, 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																					
		Oktober 22		November 22				Desember 22				Januari 23				Februari23				Maret 23			
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Pengajuan judul	■																					
2	Observasi dan pengumpulan data	■	■	■	■																		
3	Penyusunan proposal dan bimbingan		■	■	■	■																	
4	Seminar proposal							■															
5	Penyusunan skripsi								■	■	■	■	■	■									
6	Revisi														■	■	■	■	■	■			
7	Sidang meja hijau																						

Sumber : Data primer (2023)

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2018) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian adalah konsumen yang melakukan pembelian pada Techno Ponsel Aek batu.

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Pada rumus Wibisono dalam (Ruhamak & Syai'dah, 2018) menjelaskan rumus pengambilan sampel apabila jumlah populasi tidak diketahui yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2}\sigma)^2}{e}$$

Keterangan :

N = jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$ = nilai dari tabel distribusi normal atas tingkat keyakinan 95% = 1,96.

σ = standar deviasi 25%

e = error (batas kesalahan = 5%)

Berdasarkan rumus Wibisono diatas maka penentuan sampel dapat dihitung dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1,96 \cdot 0,025)^2}{0,05} \\ &= 96,04 \end{aligned}$$

Peneliti melakukan penggenapan sampel penelitian dari 96,04 sampel menjadi 96.

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 lima 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	Ekuitas merek (X ₁)	Ekuitas merek adalah seperangkat asset dan liabilitas merek yang terkait dengan suatu merek, nama, simbol yang mampu menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh suatu produk atau jasa baik pada perusahaan maupun pada pelanggan, (Mustika, 2018)	1. Kesadaran merek 2. Asosiasi merek 3. Persepsi kualitas 4. Loyalitas merek 5. Aset merek lainnya Sumber : (Ariwindi, 2016)	Likert
2	Promosi (X ₂)	Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut,(Laksana, 2021)	1. Pesan pemasaran 2. Media pemasaran 3. Waktu pemasaran Sumber : (Rofifah, 2020)	Likert

3	Harga (X ₃)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Mariasinta, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Daya saing harga 3. Kesesuaian harga dengan kualitas 4. Kesesuaian harga dengan produk <p>Sumber : (Sciences, 2020)</p>	Likert
4	Komunikasi pemasaran (X ₄)	Integrated Marketing Communication (IMC) adalah proses pengembangan dan implementasi berbagai bentuk program komunikasi persuasif kepada pelanggan dan calon pelanggan secara berkelanjutan, (Setiawan, 2019).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Publicity 2. Sales promotion 3. Events 4. Public relations 5. Direct marketing <p>Sumber : (Oktaviani, 2018)</p>	Likert
5	Pembelian (y)	Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut, (Ii & Kepustakaan, 2016).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sesuai kebutuhan 2. Mempunyai manfaat 3. Ketepatan 4. Pembelian ulang <p>Sumber : (Ferdinand, 2018)</p>	Likert

Sumber : Data sekunder (2022)

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.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Kuesioner, Menurut (Sekaran, 2016) Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dibuat sebelumnya yang akan dijawab oleh responden, dan biasanya dalam alterantif yang didefinisikan dengan jelas.. Adapun yang menjadi skala pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala likert sebagai alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial

A. Uji Instrument Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2017) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22.0 for windows dengan kriteria berikut : Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid .

a. Variabel Ekuitas Merek (X_1)

Hasil uji validitas didapatkan dari hasil rekapitulasi jawabann responden terhadap hasil kuesioner kemudian diolah dengan bantuan SPSS kemudian di dapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 3.3
Uji Validitas Ekuitas Merek (X_1)

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	.579	,361	Valid
P2	.490	,361	Valid
P3	.710	,361	Valid
P4	.885	,361	Valid
P5	.544	,361	Valid
P6	.479	,361	Valid

P7	.4320	,361	Valid
P8	.690	,361	Valid
P9	.815	,361	Valid
P10	.628	,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS Versi 20 (2023)

Berdasarkan Tabel 3.3 Untuk perbandingan nilai R hitung > R tabel maka uji validitas dinyatakan valid, nilai r tabel adalah 0,202, nilai r tabel dapat diketahui dari R tabel tabel df 1 = 0,05, df 2 =n-k=30-5=25, sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 25 yaitu 0,361 diperoleh hasil pengujian memiliki nilai yang lebih besar dari 0,361 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian

b. Variabel Promosi (X₂)

Hasil uji validitas didapatkan dari hasil rekapitulasi jawabann responden terhadap hasil kuesioner kemudian diolah dengan bantuan SPSS kemudian di dapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 3.4
Uji Validitas Promosi (X₂)

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	.750	,361	Valid
P2	.771	,361	Valid
P3	.490	,361	Valid
P4	.556	,361	Valid
P5	.889	,361	Valid
P6	.610	,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS Versi 20 (2023)

Berdasarkan Tabel 3.4 Untuk perbandingan nilai R hitung > R tabel maka uji validitas dinyatakan valid, nilai r tabel adalah 0,361, nilai r tabel dapat diketahui dari R tabel tabel df 1 = 0,05, df 2 =n-k=30-5=25, sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 25 yaitu 0,361 diperoleh hasil pengujian memiliki nilai yang lebih besar dari 0,361 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian

c. Variabel Harga (X₃)

Hasil uji validitas didapatkan dari hasil rekapitulasi jawabann responden terhadap hasil kuesioner kemudian diolah dengan bantuan SPSS kemudian di dapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 3.5
Uji Validitas Harga (X₃)

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	.680	,361	Valid
P2	.519	,361	Valid
P3	.890	,361	Valid
P4	.700	,361	Valid
P5	.745	,361	Valid
P6	.750	,361	Valid
P7	.771	,361	Valid
P8	.490	,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS Versi 20 (2023)

Berdasarkan Tabel 3.5 Untuk perbandingan nilai R hitung $>$ R tabel maka uji validitas dinyatakan valid, nilai r tabel adalah 0,361, nilai r tabel dapat diketahui dari R tabel tabel $df 1 = 0,05$, $df 2 = n-k=30-5=25$, sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 25 yaitu 0,361 diperoleh hasil pengujian memiliki nilai yang lebih besar dari 0,361 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian

d. Variabel Komunikasi pemasaran terpadu (X_4)

Hasil uji validitas didapatkan dari hasil rekapitulasi jawabann responden terhadap hasil kuesioner kemudian diolah dengan bantuan SPSS kemudian di dapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 3.6
Uji Validitas Komunikasi pemasaran terpadu (X_4)

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	.531	,361	Valid
P2	.671	,361	Valid
P3	.790	,361	Valid
P4	.710	,361	Valid
P5	.765	,361	Valid
P6	.430	,361	Valid
P7	.442	,361	Valid
P8	.659	,361	Valid
P9	.756	,361	Valid
P10	.800	,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS Versi 20 (2023)

Berdasarkan Tabel 3.6 Untuk perbandingan nilai R hitung > R tabel maka uji validitas dinyatakan valid, nilai r tabel adalah 0,361, nilai r tabel dapat diketahui dari R tabel tabel df 1 = 0,05, df 2 =n-k=30-5=25, sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 25 yaitu 0,361 diperoleh hasil pengujian memiliki nilai yang lebih besar dari 0,361 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian

e. Variabel Keputusan pembelian (Y)

Hasil uji validitas didapatkan dari hasil rekapitulasi jawabann responden terhadap hasil kuesioner kemudian diolah dengan bantuan SPSS kemudian di dapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 3.7
Uji Validitas Keputusan pembelian (Y)

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	.534	,202	Valid
P2	.454	,202	Valid
P3	.519	,202	Valid
P4	.659	,202	Valid
P5	.728	,202	Valid
P6	.750	,361	Valid
P7	.871	,361	Valid
P8	.440	,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS Versi 20 (2023)

Berdasarkan Tabel 3.7 Untuk perbandingan nilai R hitung $>$ R tabel maka uji validitas dinyatakan valid, nilai r tabel adalah 0,361, nilai r tabel dapat diketahui dari R tabel tabel df 1 = 0,05, df 2 =n-k=30-5=25, sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 25 yaitu 0,361 diperoleh hasil pengujian memiliki nilai yang lebih besar dari 0,361 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data 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 dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $>$ 0,60, pengujian hasil reliabilitas dapat dilihat dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas (Reliability Statistics)

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Ket
1	Ekuitas merek (X_1)	0,871	0,60	Reliabel
2	Promosi (X_2)	0,759	0,60	Reliabel
3	Harga (X_3)	0,763	0,60	Reliabel
4	Komunikasi pemasaran terpadu (X_4)	0,831	0,60	Reliabel
5	Keputusan pembelian (y)	0,781	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS Versi 20 (2023)

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

B. 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. Uji Asumsui Klasik

Ada beberapa pengujian yang harus dilakukan terlebih dahulu untuk menguji apakah model yang dipergunakan tersebut mewakili atau mendekati

kenyataan yang ada. Untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan, maka harus terlebih dahulu memenuhi uji asumsi klasik dimana terdapat empat jenis pengujian pada uji asumsi klasik ini, diantaranya:

- a. Uji Normalitas Menurut (Danang Sunyoto, 2016) menjelaskan uji normalitas sebagai berikut: "Selain uji asumsi klasik multikolinieritas dan heteroskedastisitas, uji asumsi klasik yang lain adalah uji normalitas, di mana akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali".
- b. Uji Multikolinearitas Menurut (Danang Sunyoto, 2016) menjelaskan uji multikolinearitas sebagai berikut: "Uji asumsi klasik jenis ini diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas atau independen variabel ($X_1, 2, 3, \dots, n$) di mana akan diukur keeratan hubungan antarvariabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r)".
- c. Uji Heteroskedastisitas Menurut (Danang Sunyoto, 2016) menjelaskan uji heteroskedastisitas sebagai berikut: "Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi Heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas".

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 :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y	= Pembelian
X ₁	= Ekuitas merek
X ₂	= Promosi
X ₃	= Harga
X ₄	= Komunikasi pemasaran
α	= Konstanta
b ₁ , b ₂ , b ₃ , b ₄	= Koefisien arah regresi
e	= standar Error

3. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji statistik F dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018:98). Kriteria pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi 0,05 artinya model penelitian tidak layak digunakan.

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:

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4) secara bersama-sama tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4) 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 $n-1-k = (\text{Jumlah sampel}-1-\text{variabel penelitian})$.

c. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (Adjusted R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai adjusted R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97)