

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Warung Bakso Eko Roso Aksara Medan, Jalan Aksara Simpang Pukat VI, Medan, Sumatera Utara

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu Penelitian dilakukan dari bulan Februari sampai dengan Mei 2022.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Penelitian ini terdiri atas tiga variabel, yaitu variabel bebas (Produk dan Promosi) dan variabel terikat (Keputusan Pembelian). Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:8), "Data kuantitatif adalah data yang dapat diukur (*measurable*) atau dihitung secara langsung sebagai variabel angka atau bilangan."

3.2.2 Sumber Data

Ada 2 sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, data tersebut yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:137), "Sumber primer adalah sumber data yang

langsung memberikan data kepada pengumpul data. Kuesioner berisi daftar pertanyaan yang terstruktur dan materinya berhubungan dengan Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian dan pembagian kuesioner kepada responden Warung Bakso Eko Roso Aksara Medan.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:137), “Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen atau orang lain,” yaitu data tersebut diperoleh dan diolah dari sumber Warung Bakso Eko Roso Aksara Medan maupun dari internet, dan sebagainya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018:80) Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada Warung Bakso Eko Roso Aksara Medan selama tahun 2020 sebanyak 73.000 orang.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah populasi dalam

penelitian ini adalah pelanggan pada Warung Bakso Eko Roso Aksara Medan selama tahun 2020 sebanyak 73.000 orang.

Dalam penelitian ini peneliti mempersempit populasi yaitu jumlah pelanggan pada Warung Bakso Eko Roso Aksara Medan sebanyak 73.000 orang, dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik *Slovin*. Rumus *Slovin* untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

n	=	Jumlah sampel
N	=	Jumlah populasi
e	=	Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

Adapun kesalahan yang ditolerir dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebesar 10%. Dari rumus yang tertera di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{73.000}{1 + (73.000)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{73.000}{731}$$

$$n = 99,8$$

$$n = 100$$

Sampel pada penelitian ini adalah 100 responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2018:85), *accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat

digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dibawah ini adalah beberapa unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian, antara lain:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Produk (X ₁)	Produk yaitu produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Sumber: Daud (2018:176)	1. Kualitas produk 2. Merek Produk 3. Kemasan Produk 4. Tingkat pelayanan Sumber: Daud (2018:176)	Skala <i>Likert</i>
Promosi (X ₂)	Promosi merupakan sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Sumber: Daud (2018:177)	1. Pemasangan papan reklame 2. Penggunaan iklan di media massa 3. Penyampaian informasi oleh karyawan 4. Ketepatan waktu berpromosi Sumber: Daud (2018:177)	Skala <i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian adalah kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian	Skala <i>Likert</i>

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
	terlebih dahulu melalui tahap proses pengambilan keputusan Sumber : Firmansyah (2018:27)		
		Sumber: Firmansyah (2018:27-30)	

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Metode Angket (Kuesioner), yaitu pelanggan pada Warung Bakso Eko Roso Aksara Medan. Yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan data yaitu dengan cara penyebaran angket. Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data berupa informasi secara tertulis dan langsung dari responden. Menurut Sugiyono (2018:93), skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam pengukuran aspek pengaruh Produk dan Promosi digunakan skala tingkat (*likert*) dengan keterangan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiono (2018)

2. Wawancara, yang dilakukan kepada karyawan Warung Bakso Eko Roso Aksara Medan pada awal penelitian untuk mencari tahu tentang fenomena-fenomena yang terjadi di perusahaan.
3. Studi Dokumentasi, peneliti menggunakan metode ini untuk mencari informasi tentang profil perusahaan, dan juga teori-teori yang dapat digunakan sebagai referensi penelitian.

3.6 Teknik Analisa Data

Data yang diperoleh perlu di uji ketepatan atau kecermatannya dan keandalannya agar hasil pengolahan data dapat lebih tepat dan akurat. Oleh karena itu, perlu diketahui seberapa tinggi validitas dan reliabilitas alat ukur yang digunakan. Untuk menguji ketepatan dan keandalan kuesioner, akan dilakukan *pretest* terhadap 30 responden diluar sampel penelitian.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018:51), “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner”. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam ini adalah jumlah sampel dengan alpha sebesar 5% dengan ketentuan:

1. Hasil $r_{hitung} > r_{tabel} = valid$
2. Hasil $r_{hitung} < r_{tabel} = tidak\ valid$

Jika r_{hitung} pada tiap butir pernyataan lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan *valid*.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45) Uji reliabilitas merupakan alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Metode uji reliabilitas yang sering digunakan adalah *Cronbach's Alpha*. Pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

1. *Cronbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* $0,6-0,79$ = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* $0,8$ = reliabilitas baik.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu penelitian kemungkinan akan munculnya masalah dalam analisis regresi sering dalam mencocokkan model prediksi ke dalam sebuah model yang telah dimasukkan ke dalam serangkaian data. Asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model regresi linear antara lain residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas dan tidak adanya heteroskedastisitas.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada beberapa metode untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Menurut Ghozali (2018:163), pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

1. Grafik Histogram

Output ini menjelaskan tentang grafik data dan untuk melihat distribusi data apakah normal atau tidak. Untuk pengukuran normalitas data jika bentuk grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung atau lonceng, data akan berdistribusi normal.

2. Grafik *Normal Probability Plot*

Output *Normal Probability Plot* menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik *Normal Probability Plot* mengikuti garis diagonal normal maka data akan dianggap berdistribusi normal.

Menurut Ghozali (2018:163), uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode *One Kolmogorov Smirnov*, kriteria pengujiannya:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107) multikolinearitas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas.

Metode uji multikolinearitas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka *Tolerance* lebih dari 0,1.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian *Scatterplots* dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018:95), analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Keputusan Pembelian (*dependent variabel*)
 X₁ = Produk (*independent variabel*)
 X₂ = Promosi (*independent variabel*)
 a = konstanta
 b₁ = koefisien variabel Produk
 b₂ = koefisien variabel Promosi
 e = persentase kesalahan

3.6.5 Pengujian Hipotesis

3.6.5.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Menurut Ghozali (2018:98), “uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 5% dan uji 2 sisi”. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. H₀ : b₁ , b₂ = 0, Artinya Produk; Promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Bakso Eko Roso Aksara Medan.
2. H_a : b₁ , b₂ ≠ 0, Artinya Produk; Promosi secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Bakso Eko Roso Aksara Medan.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel}, pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

3.6.5.2 Uji F (Uji Secara Simultan)

Menurut Ghozali (2018:98), “uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat”. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya Produk dan Promosi secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Bakso Eko Roso Aksara Medan.
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Produk dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Bakso Eko Roso Aksara Medan.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2018:97) mengemukakan analisis determinasi atau disebut juga *R Square* yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat.