

BAB III

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁶⁵ Penelitian kuantitatif menekankan pada variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.⁶⁶ Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengetahui hubungan antara Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Batik Satrio Manah.

Penelitian ini merupakan penelitian *eksploratory resarch*, yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan klausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian asosiatif/hubungan. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.⁶⁷

Dalam penelitian ini, peneliti menjelaskan terkait Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan-keputusan Pembelian di Batik

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal.11.

⁶⁶ Moh. Sidik Priadana, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hal. 3.

⁶⁷ Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17, Ed. 1, Cet. 4*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal.107.

Satrio Manah. Berkaitan dengan harga, peneliti berusaha melihat dengan teliti model pemilihan konsumen dan produsen. Selain itu, peneliti juga melihat dari kualitas produk.

Berkaitan dengan kualitas produk, peneliti berusaha melihat dari sisi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di Batik Satrio Manah. Sebagai bisnis yang sudah berkembang dengan pesat, pengaruh promosi menjadi bagian yang penting dalam keputusan pembelian Batik Satrio Manah. Bagian terakhir dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penempatan lokasi yang strategis yang dipilih oleh pemilik Batik Satrio Manah sehingga memudahkan konsumen dalam mengetahui tempatnya.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei. Dalam penelitian survei, informasi yang dikumpulkan menggunakan kuesioner. Penelitian ini digolongkan ke dalam penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat yaitu hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).⁶⁸ Dalam hal ini menjelaskan apakah ada Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Keputusan Pembelian di Batik Satrio Manah..

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfa Beta, 2008), hal.6

Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁹ Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang melakukan pembelian di Batik Satrio Manah. Peneliti mengambil sampel pembeli dengan menggunakan cara observasi langsung dan tidak langsung ke tempat penelitian.

2. Sampling dan Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Oleh karena itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel.⁷⁰ Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Probability Sampling* dengan Menggunakan *Simple Random Sampling*. Ciri utama sampling ini ialah setiap unsur dari keseluruhan populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Pengambilan sampel populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Jumlah sampel dalam penelitian ini ialah sebanyak 54 responden. Jumlah ini sudah melebihi jumlah sampel paling sedikit dan bisa dikatakan sudah representatif.

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfa Beta, 2015), hal. 119.

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif....*, hal. 81.

Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

a. Data

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan. Baik secara kuantitatif atau kualitatif yang menunjukkan fakta. Data juga dapat didefinisikan sebagai kumpulan fakta, angka atau segala sesuatu yang dapat dipercaya kebenarannya sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan.⁷¹

Data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil survei terhadap konsumen yang merupakan sampel penelitian. Selain itu, data juga diperoleh dari referensi lain yang mendukung penelitian ini, misalnya dari hasil penjualan satu tahun terakhir, dan lain-lain

b. Sumber Data

Data adalah bahan keterangan tentang sesuatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian. Adapun jenis penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian lapangan, karena data diperoleh dari hasil pengamatan langsung pada lokasi penelitian di Batik Satrio Manah Tulungagung.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Data ini diperoleh langsung dari para pembeli di Batik Satrio Manah

⁷¹ *Ibid.*, hal. 16.

Tulungagung sebagai responden yang terpilih untuk dijadikan penelitian.

- 2) Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari literatur-literatur, jurnal penelitian dan sumber lainnya.

2. Variabel Penelitian

Pengertian variabel adalah konstruk yang sifat-sifatnya telah diberi angka (kuantitatif). Variabel dapat juga diartikan sebagai konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai. Adapun variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel Bebas (*independent variable*)

Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang menjadi sebab atau mempengaruhi variabel lain (*variable dependent*). Variabel bebas juga biasa disebut sebagai variabel predictor, stimulus, eksogen atau *antecedent*.⁷² Dalam penelitian ini menggunakan beberapa variabel bebas yaitu Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Promosi (X3) dan Lokasi (X4).

- b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel Terikat (*Dependent Variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat adanya variabel lain (variabel bebas).

⁷² Syofian Siregar, *Metode Penelitian...*, hal. 10.

Dalam penelitian ini variabel terikatnya (Y) adalah Keputusan Pembelian di Batik Satrio Manah

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert* yang berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu.⁷³ Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu:

- a. SS = Sangat setuju diberi skor 5.
- b. ST = Setuju diberi skor 4.
- c. N = Netral diberi skor 3.
- d. TS = Tidak setuju diberi skor 2.
- e. STS = Sangat tidak setuju diberi skor 1.

Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Salah satu unsur dalam suatu penelitian adalah dipergunakannya metode tertentu untuk memecahkan masalah, sehingga hasil yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan. Metode pengumpulan data merupakan langkah yang dapat menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian. Data-data penelitian dapat diamati oleh peneliti.

⁷³ Husein Umar, *Metode Penelitian...*, hal. 70.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan langsung di lokasi penelitian guna mendapatkan data yang diperlukan. Terkait data variabel harga, kualitas produk, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu alat pengumpulan informasi dengan cara menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden. Dalam penelitian ini responden yang diambil oleh peneliti yaitu konsumen Batik Satrio Manah. Peneliti memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi yang nantinya hasil kuesioner dijadikan data oleh peneliti.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kumpulan data berupa data-data yang mengandung keterangan dan penjelasan. Pada penelitian ini, dokumentasi berupa catatan hasil wawancara, foto pada saat penelitian, serta arsip-arsip yang berhubungan dengan penelitian. Adapun dokumentasi meliputi pendokumentasian bersama pihak yang diteliti, misalnya saat pemberian kuesioner pertanyaan, wawancara dan hasil-hasil dari Batik Satrio Manah.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk menangkap data penelitian dan menggali variabel yang diteliti. Sesudah itu barulah dipapakan prosedur pengembangan instrumen pengumpulan atau pemilihan alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian. Dengan cara ini, akan terlihat apakah

instrumen-instrumen yang digunakan sesuai dengan variabel yang diukur, paling tidak ditinjau dari segi isinya.⁷⁴

Untuk mempermudah penyusunan instrumen penelitian, maka perlu digunakan kisi-kisi instrumen, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Referensi
1.	Harga (X1)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian dengan kualitas 3. Daya saing 4. Kesesuaian produk dengan manfaat produk	Kotler dan Armstrong ⁷⁵
2.	Kualitas produksi (X2)	1. <i>Performance</i> 2. <i>Reability</i> 3. <i>Conformance</i> 4. <i>Aesthetics</i>	Etta mamang ⁷⁶
3.	Promosi (X3)	1. <i>Attention</i> 2. <i>Interest</i> 3. <i>Deire</i>	Swasta, Bayu dan Irawan, ⁷⁷
4.	Lokasi (X4)	1. Akseibilitas 2. Visibilitas 3. Lalulintas	Fandy Tjiptono ⁷⁸

⁷⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Penyusunan Skripsi*, (Tulungagung: IAIN TA: 2014), hlm. 24.

⁷⁵ Philip Kotler & Gery Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran...*, hal. 345.

⁷⁶ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan...*, hal. 101.

⁷⁷ Swasta, Bayu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern...*, hal 152.

⁷⁸ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa...*, hal. 159.

5	Keputusan Membeli (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Pengambilan keputusan 	Charles W. Lamb ⁷⁹
---	-----------------------	---	-------------------------------

Analisis Data

Dalam menganalisis hasil penelitian, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif asosiatif. Dalam penelitian ini, data bersifat kuantitatif yang berwujud angka-angka atau perhitungan dan pengukuran kemudian dianalisa dengan menggunakan analisa statistik sebagai berikut:

2. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat mengukur apa yang ingin diukur.⁸⁰ Tujuan dilakukan validasi adalah untuk menguji dan mengungkap apakah setiap variabel yang diteliti dapat diukur dan konsisten terhadap penelitian yang sudah ada. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan dikatakan valid.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan hasil pengukuran tetap konsisten. Hal ini dilakukan dengan pengukuran sebanyak dua kali lebih terhadap gejala yang sama dan alat ukur yang sama juga.⁸¹

⁷⁹ Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel, *Pemasaran Edisi Pertama*. (Jakarta. Salemba Empat 2001), hal 189.

⁸⁰ Syofian Siregar, *Metode Penelitian...*, hal. 46.

⁸¹ *Ibid.*, hal. 55.

Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan *rank* yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁸²

- a. Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliabel,
- b. Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliabel,
- c. Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliabel,
- d. Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliabel,
- e. Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah model regresi layak dipakai atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Oleh karena itu perlu diadakan beberapa uji sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Kemudian pengolahannya menggunakan aplikasi SPSS 22.0 dengan asumsi sebagai berikut:

H0 = Data tidak berdistribusi normal,

H1 = Data berdistribusi normal.

Dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Terima H1 jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan tolak H0 jika nilai signifikansi $< 0,05$.

⁸² Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakarya, 2009), hal. 97.

b. Uji Multikolinieritas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Di antara variabel independen terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan. Dalam mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas.⁸³

c. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*. Regresi yang tidak terjadi heterokedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0,
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja,

⁸³ *Ibid.*, hal. 79.

- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.⁸⁴

Dalam memperkuat tidak terjadinya heterokedastisitas pada tabel *scatterplot*, maka perlu uji hipotesis yaitu menggunakan uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel bebas dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel bebas dengan absolute residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi terjadi masalah hesterokedastisitas.⁸⁵

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel *independen* ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) terhadap satu variabel *dependen* (Y) dan memprediksi variabel *dependen* dengan menggunakan variabel *independen*.⁸⁶ Persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y_1 = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + e$$

⁸⁴ Sujarweni Wiratna, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hal. 186-187.

⁸⁵ *Ibid.*, hal. 191.

⁸⁶ Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*, (Yogyakarta: Andi, 2012), hal. 127.

Keterangan:

Y1 = variabel Keputusan Pembelian

a = bilangan konstanta

b1 = koefisiensi variabel

e = error

X1 = variabel harga

X2 = variabel kualitas produk

X3 = variabel lokasi

X4 = variabel promosi

6. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran rumusan masalah harus dibuktikan melalui data yang sudah terkumpul. Dalam menguji data, hipotesis menggunakan tingkat signifikansi ditentukan dengan $\alpha = 5\%$. Lebih dari itu, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *independen* secara bersama-sama/simultan terhadap variabel *dependen* menggunakan uji anova. Sedangkan untuk pengaruh masing-masing variabel *independen* secara parsial atau individu diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

a. Uji-t

Uji-t merupakan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan yang

menyakinkan dari dua *mean* sampel.⁸⁷ Apabila masing-masing variabel bebas, yaitu: harga, kualitas produk dan lokasi lebih besar dari t hitung maka variabel bebas tersebut secara individu atau parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H0 = tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat,

H1 = ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Jika signifikan nilai $t < 0,05$, maka ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya tolak H0 terima H1. Begitu juga sebaliknya, jika signifikan nilai $t > 0,05$, maka tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya terima H0 tolak H1.

b. Uji-F

Uji-F digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel bebas (harga, kualitas produk, lokasi) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H0 = secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

⁸⁷ Hartono, *SPSS 16.0 Analisis Data Statistik Dan Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hal.146

H1= secara bersama-sama ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Jika signifikan nilai F-hitung $< 0,05$, maka ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya tolak H0 terima H1. Begitu juga sebaliknya, jika signifikan nilai F-hitung $> 0,05$, maka tidak ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya terima H0 tolak H1.

7. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh atau kontribusi variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah 0 sampai 1. Bila nilai (R^2) mendekati 1, berarti variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Pengujian koefisien determinasi dilakukan dengan melihat nilai *R Square* dan *Adjusted R Square*. Regresi linier berganda, lebih baik menggunakan *R Square* yang telah disesuaikan (*Adjusted R Square*), karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan..⁸⁸

⁸⁸ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...*, hal. 71.