

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu Dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan direncanakan selama 6 bulan yaitu mulai dari bulan oktober 2022 s.d bulan maret 2023.

Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi penelitian pada toko pakaian ZAM ZAM SHOP Desa sidorejo, Kecamatan Sugio, Kabupaten Lamongan.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian merupakan proses pengumpulan informasi atau data dengan tujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan sebuah penyelidikan. Jenis penelitian yang dilakukan oleh penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif.

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menjelaskan adanya pengaruh dari suatu fenomena yang menjadi objek penelitian.

Menurut Sugiyono (2015) pendekatan kuantitatif adalah metode dengan dilandasi pada filsafat positif yang berguna untuk meneliti sampel tertentu, pengumpulan dan menganalisis data berdasarkan sifat yakni kuantitatif atau statistik, dengan menggunakan jenis penelitian penjelasan (*eksplanasi*). Penelitian eksplanasi merupakan penelitian dengan menggunakan data dan menjelaskan hubungan antar variabel melalui uji hipotesis. Sedangkan metode yang digunakan yakni *survey* dengan pengambilan data atau informasi langsung menggunakan kuisioner.

3.3 Teknik Penarikan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut sugiyono (2015) populasi dapat diartikan sebagai suatu wilayah abstraksi yang meliputi objek maupun subjek yang memiliki kualitas karakteristik tertentu. Peneliti menetapkan untuk mempelajari dan menarik kesimpulanya.

Menurut Handayani (2020), populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti.

Menurut (2019) menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karekteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen, dalam penelitian ini objek yang digunakan sebagai populasi adalah konsumen Toko Pakaian Zam-Zam Shop Sugio selama satu bulan yaitu data pada bulan November 2022 dengan jumlah 400 pelanggan.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015) Sampel merupakan bagian dari banyaknya populasi yang memiliki karateristik. Jika populasi terlalu besar dan peneliti mendapatkan kesulitan ketika ingin meneliti, maka peneliti dapat menggunakan sampel sebagai cara untuk memperkecil banyaknya populasi maka dari itu sampel yang dipilih harus

representatif.

Menurut Sugiyono, (2016) sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Menurut Sugiyono, (2017) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari konsumen Toko Pakaian ZAM ZAM SHOP.

Dari banyaknya populasi diatas, maka jumlah sampel yang peneliti ambil yakni 80 konsumen. Jumlah ini berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$\text{Rumus Slovin : } n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran sampel / jumlah responden

N : Ukuran populasi

e² : Kesalahan yang masih bisa di tolerir sebanyak 10%

Berdasarkan perhitungan dengan rumus Slovin
sebagai berikut :

$$n = \frac{400}{1 + 400(10\%)^2}$$

$$n = \frac{400}{1 + 400(0,1)^2}$$

$$n = \frac{400}{1 + 4}$$

$$n = 80$$

Jadi dapat diketahui dengan menggunakan rumus slovin jumlah sampel yang diperlukan untuk responden adalah 80 konsumen.

3.3.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2015) teknik sampling merupakan teknik dengan pengambilan sampel yang paling biasa yakni mengambil sampel dari populasi secara acak tanpa melihat level dalam populasi tersebut.

Menurut Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 80.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019), Teknik pengumpulan data merupakan

langkah yang paling utama dalam penelitian. Karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara.

Dalam penelitian kuantitatif, pengumpulan data dilakukan dengan proses mengolah data yang sudah terkumpul dari responden di lapangan atau referensi lain yang terpercaya.

3.4.1 Sumber Data

Data merupakan sesuatu hal yang belum mempunyai arti dan memerlukan adanya pengolahan kembali. Data bisa berwujud angka, gambar, huruf ataupun simbol-simbol yang bisa digunakan sebagai alat untuk melihat kejadian ataupun konsep. Jenis data dibagi menjadi 2 yaitu:

a. Data primer

Menurut Sugiyono (2015) data primer adalah data yang didapatkan dari teknik pengumpulan data secara langsung seperti kuesioner, wawancara dan *survey*. Dalam penelitian ini diperoleh data yang di amati secara langsung di Toko Pakaian ZAM ZAM SHOP adalah hasil data yang diambil dengan cara wawancara kepada informan yaitu kepada pemilik usaha dan karyawan serta pelanggan di Toko Pakaian ZAM ZAM SHOP .

b. Data sekunder

Menurut sugiyono (2015) data sekunder merupakan data yang diperoleh dari dokumen yang sudah dibuat atau sudah *dipublis* oleh

perusahaan seperti data asal usul usaha. Data ini diperoleh secara tidak langsung melalui media, dan keterangan lain yang berhubungan dengan pokok perusahaan fashion, seperti sejarah singkat perusahaan, dan referensi mengenai strategi promosi, kualitas pelayanan, dan keragaman produk pada toko pakaian ZAM ZAM SHOP.

3.4.2 Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data bertujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian untuk mengungkap dan menemukan jawaban dari hipotesis. Metode pengumpulan data sebagai berikut :

a. *Wawancara*

Wawancara dilakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan secara langsung kepada narasumber. (Sugiyono, 2015). Pada penelitian ini pihak tersebut adalah pemilik dan pelanggan yang menggunakan produk toko pakaian ZAM ZAM SHOP. Hal ini dilakukan agar memperoleh informasi yang lebih mendalam tentang beberapa informasi yang relevan dengan penelitian yang digunakan.

b. *Kuisisioner*

Kuisisioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan pembagian sejumlah pertanyaan kepada responden untuk diisi sesuai dengan kejadian nyata yang terjadi. Dalam penelitian ini pihak tersebut adalah pelanggan toko pakaian ZAM ZAM SHOP. Untuk penilaian menggunakan “ Skala Likert” yaitu dengan menghitung bobot pertanyaan dan jumlah seluruhnya agar dapat mengetahui nilai

setiap responden. Bobot penilaian sebagai berikut :

Tabel 3.1

Skala likert

SangatTidak Setuju (STS)	Berbobot 1
Tidak Setuju (TS)	Berbobot 2
Kurang Setuju (KS)	Berbobot 3
Setuju (S)	Berbobot 4
Sangat Setuju (SS)	Berbobot 5

Sumber : sugiyono (2015)

3.5 Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian menurut (Sugiyono,2015) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Tujuan operasional variabel adalah untuk mengidentifikasi kriteria yang dapat diobservasi sehingga memudahkan observasi atau pengukuran terhadap variabel.

3.5.1 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan terdiri dari variabel terikat (dependen)dan variabel bebas (independen). Variabel terikat (dependen) yang digunakan adalah keputusan pembelian, variabel independen (bebas) yang digunakan adalah strategi promosi,kualitas

produk dan keragaman produk.

Sesuai dengan masalah yang telah diuraikan diatas, ada beberapa variabel yang tercantumkan yakni :

3.5.2 Variabel Bebas(independen)

a. Strategi Promosi (X1)

Promosi dalam penelitian ini merupakan kegiatan mengkombinasikan informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku.

Menurut Kotler,kk(2018), promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), dan mengingatkan (*to remind*) konsumen tentang produk yang dijual.

Menurut Buchory&Saladin dalam Aris Jatmika Diyatma (2017) mengemukakan bahwa promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

Indikator :

1. Iklan
2. Promosi
3. penjualan
4. *Personal selling*
5. Hubungan dengan masyarakat

b. Kualitas produk X2

Dalam penelitian ini kualitas produk Menurut Kotler dan Keller (2016) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan.

Indikator :

1. *Perfomance*
2. *Reliabilitas*
3. Konsisten
4. desain

c. Keragaman produk X3

Pada penelitian ini Keragaman produk merupakan kelengkapan memberikan konsumen pilihan, di mana konsumen harus ditempatkan sebagai salah satu yang harus diperhatikan untuk memutuskan keragaman produk yang akan ditawarkan. Sehingga, dapat memudahkan konsumen untuk memilih dan meraih barang kebutuhannya yang dapat memaksimalkan penjualan dan keuntungan. Menurut Engel (2010) keragama produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, variasi dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.

Indikator keragaman produk :

1. Variasi merk.
2. Kelengkapan produk.
3. Variasi ukuran produk.
4. Variasi kualitas produk.

3.5.3 Variabel Terikat (dependen)

a. Keputusan pembelian (Y)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah: keputusan pembelian (Y). Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Menurut Kotler & Armstrong (2014) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli.

Indikator keputusan pembelian :

1. Kematangan dalam sebuah produk
2. Kebiasaan dalam membeli produk
3. Melakukan pembelian

Tabel 3.2

Operasional variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala

1	Variabel Bebas : Promosi (X1)	Menurut kotler & amstrong (2016). Strategi promosi merupakan logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi customer dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan.	a. Iklan b. Promosi penjualan c. Personal selling d. Hubungan masyarakat	Likert
2	Varibel Bebas : kualitas produk (X2)	Menurut sopiah & sangadj (2016). Kualitas produk didefinisikan menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa.	a. Desain b. Performance c. Reliabilitas d. Durability e. konsisten	Likert
3.	Variabel Bebas : keragaman produk (X3)	Menurut simamora (2013) keragaman produk merupakan sebagai seperangkat (keanekaragaman) produk dan unsur yang ditawarkan oleh penjual tertentu pada	a. Variasi b. lengkap c. ketersediaan	Likert
No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
		Para pembeli		
4.	Variabel	Menurut Kotler & keller	a. membeli	Likert

	Terikat: Keputusan pembelian (Y)	(2015) : Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar Membeli.	karna sesuai b. membeli karna merk c. Membeli karna mengetahui kualitas produk	
--	-------------------------------------	---	--	--

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah sebuah cara untuk menganalisis data yang sudah dikumpulkan untuk diuji kebenarannya sesuai dengan hipotesis yang dibuat (Sugiyono,2015) Tujuan metode ini adalah untuk membatasi penemuan menjadi data yang konkret.

Penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif, yaitu proses mengolah data yang sudah terkumpul dari responden di lapangan atau referensi lain yang terpercaya.

1. Uji Validitas

Validitas merupakan ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Jadi, validitas adalah seberapa jauh alat dapat mengukur hal atau subjek yang ingin diukur.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan dalam

suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Untuk mengkaji tingkat validitas kuisisioner dipergunakan rumus korelasi product moment dengan angka kasar (r_{xy}) yang dikemukakan oleh Pearson, karena datanya terdiri dari variabel X dan Y, sehingga untuk mengetahui indeks validitasnya dilakukan dengan mengkorelasikan dua variabel tersebut. Rumus korelasi product moment yaitu:

$$R_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 + \sum X)^2 \times (N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

R_{xy} = Koefisien korelasi antar variabel X dan variabel Y

N = Jumlah sampel

$\sum X$ = Jumlah skor X

$\sum Y$ = Jumlah skor Y

XY = Skor rata-rata dari X dan Y

Kriteria pengujian jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05 maka alat ukur tersebut valid. Begitu pula sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka alat ukur tersebut tidak valid.

Uji validitas dapat dihitung dengan cara praktis yaitu dengan metode komputerasi SPSS. Instrumen dinyatakan valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen

dinyatakan tidak valid. Sedangkan apabila probabilitas (sig) $< 0,05$ maka instrument dinyatakan valid dan sebaliknya apabila probabilitas (sig) $> 0,05$ maka instrument dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ketelitian dan ketepatan teknik pengukuran. Rumus reliabilitas ini digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan dalam penelitian. Untuk menguji reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach karena data yang diukur berupa data dengan skala likert. Jawaban kuisioner pada skala likert mempunyai gradasi dari sangat tinggi sampai sangat rendah. Alpha Cronbach merupakan suatu koefisien reliabilitas yang mencerminkan seberapa baik item pada suatu rangkaian berhubungan secara positif satu dengan lainnya. Alpha Cronbach dihitung dalam batasan interkorelasi rata-rata antara item yang mengukur konsep. Semakin dekat Alpha Cronbach dengan 1 semakin tinggi reliabilitas konsistensi internalnya. Teknik perhitungan reliabilitas dengan koefisien Alpha Cronbach sebagai berikut :

$$rr_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan :

rr_{11} : Reabilitas instrumen

K : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$: Jumlah varian butir

σ^2t : Varian total

Dengan kriteria pengujian jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05, maka alat ukur tersebut reliabel. Begitu pula sebaliknya, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka alat ukur tersebut tidak reliabel.

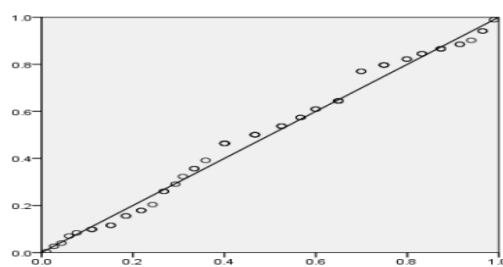
Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas akan menggunakan program SPSS 26.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat variabel pengganggu atau residual yang memiliki distribusi normal dalam model regresi.

Uji normalitas untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak.



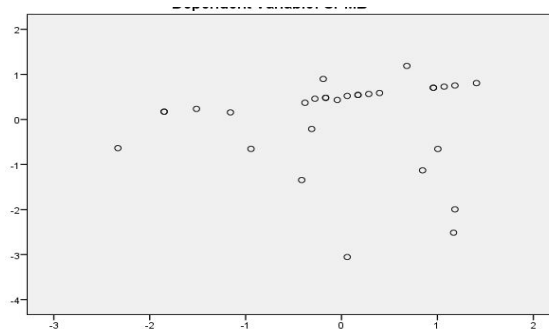
Gambar 3.1
Grafik Uji Normalitas
Sumber :Ghozali (2017)

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar 0, titiktitik data tidak mengumpulhanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.



Gambar 3.2
Grafik Heteroskedastisitas
 Sumber : Ghozali (2017)

4. Uji Regresi Linier Berganda

Penerapan analisis sederhana menurut Sugiono (2017) sebagai berikut:”analisis regresi linier digunakan peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya), jadi analisis regresi berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.

Regresi Linier Berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = variabel dependen yaitu keputusan pembelian

X1 = variabel independen harga

X2 = variabel independen promosi

X3 = variabel independen kualitas produk

b1 = Koefisien Harga

b2 = Koefisien Promosi

b3 = koefisien Kualitas Produk

a = nilai konstanta

e = eror

Data yang telah dikumpulkan dan tersusun secara sistematis kemudian dianalisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

5. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Fungsi dari uji R^2 yaitu untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Uji R^2 dinyatakan dalam presentase yang nilainya berkisaran antara $0 < R^2 < 1$ kriteria pengujianya yaitu sebagai berikut :

- a. Jika nilai R^2 mendekati 0 menunjukkan pengaruh yang semakin kecil.
- b. Jika nilai R^2 mendekati 1 menunjukkan pengaruh yang semakin kuat.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (uji t)

Digunakan untuk menguji apakah pertanyaan hipotesis benar. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut :

6. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $dk = n-2$ dan $\alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan jika sebaliknya maka H_0 diterima
7. Jika $sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak dan jika sebaliknya maka H_0 diterima

b. Uji Simultan (uji F)

Fungsi uji F yaitu untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimaksudkan dalam persamaan regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujianya yaitu sebagai berikut :

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan dk pembilang k dan dk penyebut $nk-1$ dan $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan jika sebaliknya maka H_0 diterima.
2. Jika $sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak dan jika sebaliknya maka H_0 diterima.

Jadwal Penelitian
Tabel 3.3

1.6 Jadwal Penelitian

NO	Jadwal Kegiatan	Okt.22				Nov.22				Des.22				Jan.23				Feb.23				Mart.23			
		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	Draft Proposal	■	■	■																					
2	Survey awal				■	■	■																		
3	konsultasi proposal							■	■																
4	seminar proposal								■	■															
5	Komprehensif										■	■	■												
6	proposal jadi													■											
7	proses penelitian														■	■	■	■							
8	analisis data																	■	■	■					
9	Konsultasi																					■			
10	pembuatan laporan																						■		
11	Penulisan																						■	■	
12	skripsi jadi																								■
13	Ujian skripsi																								■

