

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian dan Lokasi Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah konsumen yang datang ke toko Vape Cartel Ungaran baik.

3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.2.1 Populasi dan Sample

Menurut Siyoto & Sodik (2015) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek yang mempunyai karakteristik tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang ke toko Vape Cartel Ungaran pada Januari 2020.

Sampel merupakan bagian dari populasi. Menurut Siyoto & Sodik (2015) sampel merupakan bagian dari karakteristik dan jumlah dari populasi tersebut atau sebagian kecil dari beberapa populasi yang diambil dengan cara tertentu sehingga dapat diambil kesimpulan untuk mewakili populasinya. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang ke toko Vape Cartel Ungaran. Menurut Roscoe (1975) ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian dan juga untuk penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda) ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel penelitian menurut Sekaran (2006). Dari pra survey yang sudah peneliti lakukan dengan bertanya kepada karyawan di toko Vape Cartel Ungaran yang berjumlah 2 orang. Mereka menyebutkan bahwa terdapat kira-kira

80-100orang berbeda yang datang ke toko Vape cartel Ungaran. Data tersebut diperjelas dengan adanya keterangan pegawai yang memberikan pernyataan bahwa dalam satu hari pengunjung yang datang kira-kira 10 orang. Dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya jumlah sampel digunakan rumus sebagai berikut (Kurniasari, 2017):

$$n = \left[\frac{Z\alpha/2\sigma}{e} \right]$$

$$n = \left[\frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right]$$

$$= 96,04 \approx 100$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Ukuran tingkat kepercayaan dengan $\alpha = 0,05$ (tingkat kepercayaan 95% berarti dalam tabel ditemukan 1,96)

σ = Standart deviasi

e = Standart error atau kesalahan yang dapat ditoleransi (5% = 0,05)

Dengan hasil perhitungan, sampel yang didapat yaitu sebesar 96,04 untuk lebih memudahkan maka dibulatkan menjadi 100 responden. Jadi pada penelitian ini menggunakan 100 responden untuk dijadikan sampel penelitian.

3.2.2 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, yaitu dimana tidak semua populasi mendapat kesempatan untuk menjadi sampel. Pada penelitian ini konsumen yang dapat

dijadikan sebagai responden adalah konsumen yang datang ke toko Vape Cartel Ungaran.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden yang sudah memenuhi kriteria dari peneliti yaitu konsumen yang datang ke toko Vape Cartel Ungaran. Data primer ini meliputi pendapat responden tentang bauran pemasaran dan keputusan pembelian.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu survei menggunakan kuesioner yang dibagi kepada responden di toko Vape Cartel Ungaran dengan meminta tolong kepada karyawan untuk memberikan kuesioner kepada konsumen yang datang. Namun karena jumlah responden tidak dapat dipastikan jumlahnya dalam 1 bulan. Penelitian diawali dengan meminta bantuan teman-teman pengguna Vape yang sudah pernah datang ke toko Vape Cartel Ungaran. Kuesioner yang diberikan dalam penelitian ini terdiri dari pernyataan tentang pendapat bauran pemasaran, keputusan pembelian dan identitas responden dengan menggunakan skala Likert, dengan ketentuan:

- a. Sangat Tidak Setuju = 1
- b. Tidak Setuju = 2

- c. Netral = 3
- d. Setuju = 4
- e. Sangat Setuju = 5

3.3.3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya data dalam penelitian terkhusus pada pengukuran pada instrumen penelitian yaitu kuesioner. Kuesioner dapat dinyatakan *valid*, jika suatu pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu faktayang dapat diukur oleh peneliti melalui kuesioner tersebut Ghozali (2011). Hasil perhitungan valid atau tidaknya suatu pertanyaan dapat dihitung melalui perbandingan r tabel dan r hitung. Koefisien korelasi jika menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka pertanyaan tersebut dapat dipercaya.

Dalam uji ini, peneliti menggunakan alat bantu untuk mengukur validitas dengan metode Product Moment. Tingkat validitas diukur dengan melihat nilai r hitung dan r tabel untuk Degree of Freedom ($df = n - 2$). Dengan ketentuan $df = \text{jumlah responden} - 2$ ($df = 100 - 2 = 98$) dan $\alpha = 0,05$ maka diperoleh r tabel = 0,165 dan ketentuan sebagai berikut:

- Jika r hitung $>$ r tabel (0,165) = valid
- Jika r hitung $<$ r tabel (0,165) = tidak valid

Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas.

Variabel Penelitian	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Produk	Kualitas produk <i>vape</i> di toko Vape Cartel Ungaran bagus.	0.881	0,165	Valid
	Produk <i>vape</i> di toko Vape Cartel Ungaran terjamin keasliannya.	0.858	0,165	Valid
Harga	Harga <i>vape</i> di toko Vape Cartel Ungaran murah	0.820	0,165	Valid
	Vape Cartel Ungaran sering memberikan potongan harga.	0.872	0,165	Valid
Distribusi	Lokasi toko Vape Cartel Ungaran mudah dijangkau oleh konsumen.	0.855	0,165	Valid
	Produk <i>vape</i> di toko ini lengkap.	0.719	0,165	Valid
Promosi	Toko Vape Cartel Ungaran memiliki neon box yang menarik perhatian.	0.794	0,165	Valid
	Media sosial di Vape Cartel Ungaran membantu memudahkan konsumen mendapatkan informasi.	0.773	0,165	Valid
Keputusan Pembelian	Pada saat Saya ingin membeli Vape Saya akan membeli di toko Vape Cartel Ungaran.	0,854	0,165	Valid
	Saya tertarik membeli Vape di toko Vape Cartel Ungaran.	0.860	0,165	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah (2019)

Berdasarkan data dari tabel yang sudah diolah diatas akan terlihat nilai r hitung masing-masing item pernyataan pada tiap variabel yang menunjukkan angka lebih besar daripada nilai r tabel, dengan kesimpulan bahwa item pernyataan dalam penelitian ini adalah VALID.

b.Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel Ghazali (2011). Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban yang diberikan oleh responden

stabil terhadap suatu pertanyaan dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode rumus koefisien *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan:

- Jika hasil koefisien Alpha (α) > taraf signifikansi 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel
- Jika hasil koefisien Alpha (α) < taraf signifikansi 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel

Tabel 3.2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Keterangan
Produk	0.696	Reliabel
Harga	0.669	Reliabel
Distribusi	0.602	Reliabel
Promosi	0.613	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.868	Reliabel
TOTAL	0.866	RELIABEL

Sumber : Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan pada tabel diatas terlihat bahwa nilai Cronbach's Alpha pada setiap variabel lebih besar dari 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dalam penelitian ini adalah RELIABEL.

3.3.4 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono,2015;207).

Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan tanggapan dari responden terhadap variabel penelitian Produk, Harga, Distribusi, Promosi dan Keputusan Pembelian serta menjawab rumusan permasalahan yang terdapat pada penelitian ini.

Angka indeks jawaban responden dapat diperoleh dari hasil *output* SPSS tentang mean dari masing-masing indikator variabel. Maka rentang skala dapat ditentukan dengan rumus:

$$\begin{aligned}RS &= \frac{(\text{nilai terbesar} - \text{nilai terkecil})}{\text{kelas interval}} \\ &= \frac{(5-1)}{3} \\ &= 1,33\end{aligned}$$

Tabel 3.3 Kategori Rentang Skala

Rentang Skala	Kategori
1,00 – 2,33	Rendah
2,34 – 3,67	Sedang
3,68 – 5,00	Tinggi

Dengan dasar tersebut maka peneliti dapat menentukan dasar indeks yang dapat menjadikan persepsi konsumen tergolong kategori dalam analisis deskriptif.

3.4. Teknik Analisis Data

a. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel independen (Bauran pemasaran) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian dalam keputusan pembelian). Rumus yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi dari Produk

β_2 = koefisien regresi dari Harga

β_3 = koefisien regresi dari Distribusi

β_4 = koefisien regresi dari Promosi

X_1 = Produk

X_1 = Harga

X_1 = Distribusi

X_2 = Promosi

e = standar error

b. Uji Hipotesis

b.1 Uji t

Menurut Ghozali (2011) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen (Bauran pemasaran)

secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Keputusan pembelian).

Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, $\alpha = 5\%$
- Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, $\alpha = 5\%$

Hipotesis :

- H_0 : Bauran pemasaran tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam produk Vape di toko Vape Cartel Ungaran.
- H_1 : Bauran pemasaran berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam produk Vape di toko Vape Cartel Ungaran

b.2 Uji F

Menurut Ghozali (2011) Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen (Bauran pemasaran) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, $\alpha = 5\%$
- Jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, $\alpha = 5\%$

Hipotesis :

- H0 : Bauran pemasaran tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Vape di toko Vape Cartel Ungaran.
- H1 : Bauran pemasaran berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Vape di toko Vape Cartel Ungaran.

b.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam mengukur variasi variabel dependen. Semakin besar nilai koefisien determinasi artinya semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan dengan nilai adjusted R dari model regresi karena adjusted R Square dapat naik turun jika suatu variabel independen ditambahkan menurut Ghozali (2011).