

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah merupakan penelitian asosiatif, dimana penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Putra Raja Sejahtera Medan, Jl Permai Komplek Medan Sunggal.

3. Waktu Penelitian

Penelitian direncanakan mulai bulan november 2015 sampai dengan April 2016. Untuk lebih jelasnya berikut disajikan tabel waktu penelitian.

**Tabel 3.1
Rincian Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1.	Pembuatan dan Seminar Proposal						
2.	Pengumpulan Data						
3.	Analisa Data						
4.	Penyusunan Skripsi						
5.	Seminar hasil						
6.	Pengajuan Sidang Meja Hijau						

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2006:115): “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Berdasarkan definisi di atas, maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada PT. Putera Raja Sejahtera peneliti mengambil populasi minat beli konsumen yaitu sebesar 120 responden.

2. Sampel

Sugiyono (2009) “Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti ini tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu”. Dari jumlah populasi 120 konsumen ini maka digunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah unit sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N(e)^2)}$$

Dimana : n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = taraf kesalahan (standart error 10%)

Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah :

$$n = \frac{120}{1 + (120(0,1)^2)}$$

$$= 54,5 \text{ orang} = 54 \text{ orang}$$

Jumlah sampel yang digunakan sebesar 54 sampel dari seluruh populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *random sampling* menurut Sugiyono (2006) adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak. Sehingga data yang diperoleh lebih representatif dengan melakukan proses penelitian yang kompeten dibidangnya. Pelaksanaan *random sampling* dalam penelitian ini diberikan kepada konsumen pada PT. Putera Raja Sejahtera.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi variabel akan menuntun penelitian untuk memenuhi unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel.

Tabel 3.4
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
Strategi promosi (X ₁)	merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun kualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna baginya, maka konsumen tidak akan pernah membelinya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan (<i>Advertising</i>), 2. Penjualan Tatap Muka (<i>Personal Selling</i>) 3. Promosi Penjualan (<i>Sales promotion</i>), 4. Penjualan langsung (<i>Direct marketing</i>) 	Likert

Harga (X_2)	jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan dalam nilai jual produk yang ditetapkan oleh perusahaan	1. Harga terjangkau 2. Harga bersaing 3. Harga sesuai dengan kualitas. 4. Potongan Harga	Likert
Minat Beli (Y)	Sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu obyek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut	1. Minat transaksional 2. Minat refrensial 3. Minat preferensial 4. Minta eksploratif	Likert

Sumber : Tjiptono (2004), Simamora (2007), Kotler dan Keller (2007)

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang di angkakan / skoring Sugiyono,(2011). Data kuantitatif yang di gunakan dalam penelitian ini adalah hasil jawaban kuesioner dari masing-masing responden yaitu konsumen PT. Putera Raja Sejahtera.
- b. Data kualitatif, yaitu data yang berbentuk kalimat, kata atau gambar Sugiono,(2011). Data kualitatif dalam penelitian ini adalah hasil wawancara yang di berikan kepada responden yaitu konsumen PT. Putera Raja Sejahtera.

2. Sumber Data

- a. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dan jawaban kuesioner yang disebarkan kepada responden yaitu konsumen PT. Putera Raja Sejahtera.

- b. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang di ambil langsung dari laporan hasil kerja konsumen pakaian bayi merek snobby pada PT. Putera Raja Sejahtera.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah diuraikan di atas maka penulis melakukan penelitian untuk mendapatkan data, informasi dan bahan yang diperlukan dengan menggunakan beberapa metode antara lain :

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data yang dilakukan melalui bahan bacaan, meliputi literatur, buku, majalah dan berbagai bahan bacaan lain yang relevan dan yang berhubungan dengan judul penelitian yang penulis susun.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Pengumpulan data yang dilakukan secara langsung terhadap objek penelitian atau dengan terjun langsung ke lapangan dengan menggunakan teknik sebagai berikut :

- a. Pengamatan (Observasi)

Mengadakan penelitian dengan cara mengamati langsung terhadap unit-unit yang ada hubungannya dengan objek yang diselidiki dan mengadakan pencatatan-pencatatan tanpa ikut berpartisipasi langsung

- b. Wawancara (Interview)

Memperoleh data atau mendapatkan data dan informasi yang akurat dengan mengajukan pertanyaan secara langsung secara lisan terhadap orang-orang yang dapat memberikan keterangan-keterangan yang erat kaitannya dengan

masalah-masalah yang akan penulis ungkapkan dalam penelitian ini guna mendukung data yang dikumpulkan.

c. Kuesioner

Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan-pertanyaan kepada kuesioner dengan cara memilih alternatif jawaban yang tersedia. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Bobot nilai kuesioner yang ditentukan yaitu :

- a. Jawaban “Sangat Setuju”, diberi nilai 5
- b. Jawaban “Setuju”, diberi nilai 4
- c. Jawaban “Netral”, diberi nilai 3
- d. Jawaban “Tidak Setuju”, diberi nilai 2
- e. Jawaban “Sangat Tidak Setuju”, diberi nilai 1

Adapun yang menjadi skala pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala likert.

F. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji yang dilakukan untuk mengetahui layak atau tidaknya alat ukur yang digunakan. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS Versi 20, dengan kriteria sebagai berikut :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji yang digunakan untuk mengetahui konsistensi dan kestabilan suatu alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS Versi 20.00 Butir pertanyaan yang sudah dinyatakan valid dalam uji validitas reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

Jika r_{α} positif atau lebih besar dari r_{tabel} maka pertanyaan reliable

Jika r_{α} negatif atau lebih kecil dari r_{tabel} maka pertanyaan tidak reliable.

G. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi merupakan sebuah pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel output/dependent (Y) dengan satu atau beberapa variabel input/independen (X). Model regresi dinyatakan dalam persamaan :

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

Keterangan :

Y : minat beli konsumen

a : Konstanta

$b_1 \dots b_2$: Koefisien regresi masing-masing variabel

X_1 : strategi promosi

X_2 : harga

e : error

H. Uji Hipotesis

a. Uji simultan (Uji F)

Untuk mengetahui apakah variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat dengan tingkat keyakinan 90%, kriteria pengujian :

$$F_{hitung} > F_{tabel} = H_0 \text{ ditolak}$$

$$F_{hitung} \leq F_{tabel} = H_0 \text{ diterima}$$

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 90% ($\alpha = 10\%$ atau 0,01).

Kriteria pengujian :

$$t_{hitung} > t_{tabel} = H_0 \text{ ditolak}$$

$$t_{hitung} \leq t_{tabel} = H_0 \text{ diterima}$$

c. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat ditentukan dengan koefisien determinasi $D = r^2 \times 100\%$. Koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur bagaimana kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Pengujian kontribusi pengaruh dari seluruh variabel bebas (X) terhadap variabel (Y) dapat dilihat dari koefisien determinasi R^2 dimana $0 \leq R \leq 1$.

I. Uji Asumsi Klasik

Syarat asumsi klasik yang harus dipenuhi model regresi berganda sebelum data tersebut dianalisis adalah sebagai berikut :

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut. Artinya, jika varians variabel *independent* adalah konstan (sama) untuk setiap nilai tertentu variabel independen disebut homoskedastisitas.

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas berarti adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan *Variante Inflation Factor* (VIF) dengan membandingkan sebagai berikut :

$VIF < 5$ maka tidak terdapat multikolinearitas.

Tolerance $> 0,1$ maka tidak terdapat multikolinieritas.