

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian di Instagram @Richeesse_Factory Waktu penelitian dilaksanakan mulai Tanggal 14 Mei 2022 - 19 Mei 2022

3.2 Metode Penelitian

Pendekatan penelitian adalah pendekatan kuantitatif, dengan metode survei yang bersifat ekplanatif. Menurut Sugiyono (2012;7) metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam usaha memperoleh data yang relevan untuk pemecahan dan penganalisaan permasalahan diperoleh menggunakan kuesioner. Yaitu peneliti dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan (Sugiyono:2003;14).

3.4 Operasional Variabel

Pada penelitian ini akan meneliti apakah ada pengaruh antara variable independen yaitu promosi penjualan dengan variabel dependen yang terdiri dari minat beli konsumen . Berikut ini adalah penjelasan operasionalisasi variabel yang akan disajikan dalam bentuk table:

Variabel	Dimensi	Indikator
Sales Promotion	Kupon	a. Sertifikat yang memberi hak kepada pemegangnya b. Terlampir dalam produk lain

		c. Kupon yang di masukkan ke dalam iklan
	Paket Harga	a. Penghematan dari harga regular b. Paket dengan harga lebih rendah
	Cross Promotion	a. Menggunakan satu merk untuk mengiklankan merk lain
	Hadiah	a. Tawaran kesempatan untuk memenangkan uang tunai b. Sebuah permainan menghadirkan konsumen
	Premi Hadiah	a. Barang dagangan yang ditawarkan dengan biaya yang relatif rendah b. Premium dengan paket menyertai produk di dalam atau dikemasan c. Barang dagangan yang ditawarkan dengan biaya yang relatif rendah d. Premium dengan paket menyertai produk di dalam atau dikemasan
	Program Frekuensi	a. Program Richesee selalu memberikan Give Away

	Penawaran Pengambilan Tunai	<ul style="list-style-type: none"> a. Memberikan pengurangan Harga b. Mengembalikan barang setelah diterima dan tidak sesuai
--	-----------------------------------	--

Variabel	Dimensi	Indikator
Keputusan Pembelian	Pengenalan Masalah	<ul style="list-style-type: none"> a. Pembeli mengenali Kebutuhan b. Kebutuhan karena Rangsang Internal c. Kebutuhan karena rangsangan eksternal
	Pencarian	<ul style="list-style-type: none"> a. Mencari Informasi Berkunjung ke outlet
	Informasi	<ul style="list-style-type: none"> b. Tingkat pencarian informasi yang meningkatkan perhatian c. Proses pencarian informasi aktif
	Evaluasi Alternatif	<ul style="list-style-type: none"> a. Evaluasi bersifat kognitif b. Mengembangkan kepercayaan merek c. Membentuk preferensi terhadap merek
	Keputusan Pembeli	<ul style="list-style-type: none"> a. Kebutuhan Untuk membentuk preferensi di antara merek b. Intensitas sikap negatif orang lain c. Menuruti keinginan orang

		lain
	Perilaku Pasca Pembelian	a. Keyakinan dan evaluasi yang memperkuat pilihan konsumen b. Kepuasan dan ketidakpuasan setelah membeli

3.5 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80) 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. yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi di penelitian ini adalah Karakteristik populasi Followers Richesse yang berkomentar di unggah sales promotion dari 14-19 mei 2022 followers instagrampembelian karakteristik populasi dari followers yang berkomentar di sales promotion instagram @Richessee 231Komentar

b. Sampel

Sampel merupakan contoh atau himpunan bagian (subset) dari suatu populasi yang dianggap mewakili populasi tersebut sehingga informasi apa pun yang dihasilkan oleh sampel ini bisa dianggap mewakili keseluruhan populasi. Malhotra (dalam Umar Husein, 2003:45) Menurut alhotra, adalah subkelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan richessee Jumlah responden yang akan diambil peneliti adalah sebanyak 146 responden dikarenakan adanya keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti.

$$N = \frac{N}{N d^2 + 1}$$

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$n = 231 / (231 + (231 \times 0,05^2)) \quad n = 231 /$$

$$(1 + (231 \times 0,0025))$$

$$n = 231 / (1 + 0,577) \quad n = 231 / 1,577$$

$$n = 146$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

D : Nilai presisi (ketelitian) sebesar

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis data adalah suatu proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan (Singarimbun, 2006 :261). Dalam analisis data di dalam penelitian menggunakan Teknik Analisa kuantitatif, yaitu data yang dihasilkan kemudian dikumpulkan, dikelompokkan dan dijumlahkan sehingga menghasilkan angka-angka yang mencerminkan jumlah esponden secara keseluruhan. Analisa data dilakukan dan dimanfaatkan sedemikian rupa sampai berhasil menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab permasalahan penelitian.

Hasil Uji Validitas XSales Promotion

Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Pernyataan 1	0,361	0,909	Valid
Pernyataan 2	0,361	0,767	Valid
Pernyataan 3	0,361	0,895	Valid

Pernyataan 4	0,361	0,903	Valid
Pernyataan 5	0,361	0,909	Valid
Pernyataan 6	0,361	0,767	Valid
Pernyataan 7	0,361	0,678	Valid
Pernyataan 8	0,361	0,850	Valid
Pernyataan 9	0,361	0,678	Valid
Pernyataan 10	0,361	0,903	Valid
Pernyataan 11	0,361	0,702	Valid
Pernyataan 12	0,361	0,909	Valid
Pernyataan 13	0,361	0,808	Valid
Pernyataan 14	0,361	0,934	Valid
Pernyataan 15	0,361	0,808	Valid
Pernyataan 16	0,361	0,702	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas diatas yang menggunakan SPSS, sebanyak 16 pernyataan pada variable X (*sales promotion*) dapat dikatakan Valid karena nilai rhitung lebih besar dari 0,361 (rtabel)

Hasil Uji Validitas Y Keputusan Pembelian

Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Pernyataan 1	0,361	0,880	Valid
Pernyataan 2	0,361	0,763	Valid
Pernyataan 3	0,361	0,921	Valid
Pernyataan 4	0,361	0,919	Valid
Pernyataan 5	0,361	0,880	Valid
Pernyataan 6	0,361	0,763	Valid
Pernyataan 7	0,361	0,688	Valid
Pernyataan 8	0,361	0,847	Valid
Pernyataan 9	0,361	0,688	Valid
Pernyataan 10	0,361	0,919	Valid
Pernyataan 11	0,361	0,717	Valid

Pernyataan 12	0,361	0,880	Valid
---------------	-------	-------	-------

Berdasarkan hasil uji validitas diatas yang menggunakan SPSS, sebanyak 12 pernyataan pada variable Y (*Keputusan pembelian*) dapat dikatakan Valid karena nilai rhitung lebih besar dari 0,361 (rtabel)

Hasil Uji Realibilitas XSales Promotion

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.973	16

Berikut ini adalah tabel reliabilitas pengukuran variabel penelitian X yaitu Sales Promotion Richeese

Hasill Uji Realibilitas YKeputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.965	12

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat dilihat dari 28 pertanyaan dalam kuesioner X dan Y yang diberikan kepada responden dinyatakan variabel hasil data yang diperoleh memiliki nilai cronbach's alpha >0.6 yaitu variabel X sebesar 0.973 dengan nilai tersebut dinyatakan kuat dan variabel Y sebesar 0.965 dengan nilai tersebut dinyatakan sangat kuat. Hal tersebut dapat dilihat dari : 0,00 – 0,20 artinya sangat rendah, 0,20 – 0,399 artinya rendah, 0,40 – 0,599 artinya sedang, dan 0,60 – 0,799 artinya kuat, 0,80 – 1,000 artinya sangat kuat (Sugiyono, 2010:231).