

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian tidak berfokus pada lokasi fisik dikarenakan peneliti melakukan penelitian melalui Google Form yang akan dikirimkan melalui fitur pesan di Instagram kepada *followers* Instagram @goldenlamian yang sudah dikriteriakan dan waktu penelitian mulai 10 Juli 2023 – 4 Agustus 2023

#### **B. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan Kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada data penelitian positivistis atau data konkret yang dapat digunakan dengan statistik. Pendekatan penelitian kuantitatif ditujukan untuk menjawab permasalahan yang ada melalui angka-angka dan analisis berupa statistik (Sugiyono, 2019)

Pendekatan penelitian yang digunakan penulis merupakan pendekatan penelitian kuantitatif untuk menjawab permasalahan yang dikemukakan peneliti

#### **C. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Survei. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2019). Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional dikarenakan metode tersebut sudah cukup lama digunakan. Metode penelitian kuantitatif survei menjadi pilihan peneliti. Penelitian survei merupakan sebuah metode pengumpulan data kuesioner yang disebarkan kepada responden dan jawaban dari kuesioner tersebut dapat membuat kesimpulan umum sebuah permasalahan.

## **D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

### **1. Variabel**

Variabel adalah Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2019).

Terdapat dua macam variabel pada penelitian kali ini yaitu,

#### **a) Variabel bebas**

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi secara positif ataupun negatif yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat biasa disebut juga variabel X. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Sales Promotion*

#### **b) Variabel terikat**

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel yang disebut juga variable output dilambangkan dengan Y. Variabel terikat pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian

### **b. Definisi Operasionalisasi Variabel**

Definisi operasional variabel adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaan (Sugiyono, 2019). Adapun variabel beserta operasionalnya dijelaskan dalam tabel berikut

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel (X): Sales Promotion dan Variabel (Y)**  
**Keputusan Pembelian**

No.	Variabel	Dimensi	Indikator
1.	Sales Promotion (X)	Kupon	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Kupon memberikan penghematan kepada konsumen untuk membeli suatu produk</li> <li>b) Kupon yang diberikan membuat konsumen tertarik terhadap suatu produk</li> <li>c) Masa berlaku kupon yang diberikan</li> </ul>
		Harga khusus atau pengurangan harga	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Harga khusus memberikan penghematan kepada konsumen</li> <li>b) Harga khusus memberikan ketertarikan pembeli</li> </ul>
2.	Keputusan Pembelian (Y) Kotler & Keller (2016:194)	1. Pengenalan Masalah	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Kebutuhan karena rangsangan internal</li> <li>b) Kebutuhan karena rangsangan eksternal</li> </ul>
		2. Pencarian informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Proses pencarian informasi secara aktif</li> <li>b) Pengumpulan informasi dari segala media</li> </ul>
		3. Evaluasi Alternatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan</li> <li>b. Membandingkan produk dengan produk pesaing</li> </ul>
		4. Keputusan pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Membeli produk yang dipilih sesuai kebutuhannya</li> <li>b) Dipilih berdasarkan perbandingan yang telah dilakukan</li> </ul>

## E. Populasi dan Sampel (Teknik Sampling)

### a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang ingin diteliti dimana populasi biasanya tercermin ke dalam judul penelitian (Sugiyono, 2019). *followers* Instagram akun @goldenlamian berjumlah 328.000 pada tanggal 7 Juli 2023. Sedangkan dalam penelitian ini populasi adalah dengan karakteristik sebagai berikut:

1. *Followers* Instagram @goldenlamian
2. Pernah mengomentari *sales promotion* Golden Lamian dan melakukan pembelian Golden Lamian dari tanggal 10 Agustus 2022 sampai 10 Juli 2023 Sesuai dengan kriteria yang disebutkan diatas populasi dalam penelitian ini berjumlah 159 orang.

### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian.

Perlu diketahui apabila populasi sudah diketahui secara pasti (Sugiyono, 2019). Setelah menentukan sampel dalam penelitian tahap selanjutnya adalah bagaimana Teknik mengambil sampel tersebut.

Menurut (Sugiyono,2019) ada dua jenis Teknik sampling yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* adalah Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan sama pada setiap anggota populasi.

Pada penelitian kali ini *Simple Random Sampling* akan digunakan sebagai Teknik pengambilan sampel.

Dalam penelitian ini jumlah pengikut dari akun Golden Lamian di Instagram berjumlah 328.000 pengikut dan populasi yang sesuai dengan karakteristik berjumlah 159 orang Maka digunakan rumus Slovin dengan presisi 90% dan tingkat kesalahan 10% untuk mengetahui besaran sampel yang ada yaitu

$$nn = \frac{NN}{1+NNN^2}$$

$$nn = \frac{159}{159 (10\%)^2 + 1}$$

$$nn = \frac{159 (0,01) + 1}{159 (0,01) + 1}$$

$$nn = \frac{159}{2,59} \quad nn = 61,389 = 61 \text{ (dibulatkan)}$$

n= sampel N= jumlah  
populasi  $e^2$ = margin eror  
10%

maka dari itu penelitian kali ini menggunakan sampel yang berjumlah 61 orang

## **F. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian**

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan Skala likert. Hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan nilai dan tanggapan dari para responden tentang pertanyaan yang akan diberikan. Dalam melakukan penelitian terhadap variable-variabel yang akan diuji pada setiap jawaban diberikan skor (Sugiyono, 2019)

Dalam skala likert pemberian skor sebagai berikut:

1. Nilai 4 : Untuk jawaban sangat setuju/sangat positif
2. Nilai 3 : Untuk jawaban setuju/positif
3. Nilai 2 : Untuk jawaban tidak setuju/hampir tidak pernah
4. Nilai 1 : Untuk jawaban sangat tidak setuju/sangat tidak pernah

## **G. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang ditempuh peneliti untuk mengumpulkan data secara objektif. Dalam setiap penelitian sangat amatlah penting menggunakan metode yang tepat agar problematika yang ingin diteliti dapat terjawab dengan jelas. Ada berbagai macam Teknik pengumpulan data yang dapat digunakan para peneliti untuk mengumpulkan data.

### **a. Data Primer**

Data primer pada penelitian ini diambil oleh angket (Kuesioner) yang dibagikan kepada responden. Angket atau kuesioner adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi sejumlah pertanyaan ataupun pernyataan tertulis yang harus dijawab oleh responden Dalam proses pengumpulan data ini peneliti menyebarkan kuesioner dengan cara online yakni menggunakan google form yang linknya dibagikan kepada responden dan responden tersebut mengisi kuesioner melalui google form yang telah diberikan. Untuk mengukur penilaian responden terhadap penelitian digunakanlah skala likert.

Skala likert tepat untuk digunakan karena sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dapat diukur menggunakan skala

likert ini. Jawaban yang mendukung pernyataan diberi tinggi sedangkan yang tidak mendukung pernyataan diberi skor rendah. Penentuan skor skala likert

**Tabel 3.2**

Skala Pengukuran Likert

No	Jawaban	Skor
1	Sangat setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak setuju	2
4	Sangat tidak setuju	1

## H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan kegiatan setelah data yang kita sebar ke seluruh responden diproses (Sugiyono, 2019). Kegiatan analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel yang diteliti oleh peneliti.

### a. Uji Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2019) Analisis regresi membantu memprediksi berapa nilai variabel dependen ketika nilai variabel independen dimanipulasi. Dalam penelitian ini analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *sales promotion* Golden Lamian di Instagram (X) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dan dirumuskan menggunakan rumus sebagai berikut;

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian a = Nilai konstan atau harga Y bisa X = 0

b = Koefisien regresi yang merupakan peningkatan dan penurunan variabel yang didasarkan oleh variabel independen. Bila mengalami kenaikan maka b(+) dan sebaliknya bisa mengalami penurunan maka

b(-).

X = Nilai variabel independen yaitu *sales promotion* Golden Lamian di Instagram

## b. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan cara yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif berfungsi untuk mengklasifikasikan suatu data variabel berdasarkan kelompoknya masing-masing dari yang semula belum teratur dan mudah diinterpretasikan oleh orang yang membutuhkan informasi tentang keadaan variabel tersebut. Analisis ini dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan macam-macam jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang ada di dalam angket atau kuesioner, untuk mengetahui rata-rata nilai tersebut dapat dipergunakan rumus;

<b>Nilai Skor tertinggi – Nilai skor terendah</b>
<b>Jumlah Kategori</b>

## c. Uji Hipotesis

Pengujian data yang telah ditemukan tentang pengaruh variabel X terhadap variabel Y dalam penelitian ini dapat dilakukan uji hipotesis. Pengujian tersebut menggunakan uji t dengan rumus;

$$t = \frac{\overline{(nn-2)}}{(1 - r^2)}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antar X dan Y n =

Jumlah sampel dalam penelitian

Dengan demikian dapat diambil keputusan

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (memiliki pengaruh).

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$   $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (tidak memiliki pengaruh).

## I. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji validitas

Validitas merupakan keadaan yang menggambarkan apakah instrumen yang kita gunakan mampu mengukur apa yang akan kita ukur. Hasil yang diperoleh dari uji validitas adalah suatu instrumen yang valid atau sah.

$$r_{rrrrr} = \frac{nn(\sum rrrrr) - (\sum rr)(\sum rr)}{\sqrt{[nn\sum rr^2 - (\sum rr)^2][nn\sum rr^2 - (\sum rr)^2]}}$$

Keterangan:

$r$  = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat  $n$  =

Banyaknya sampel  $X$  = Skor tiap item

$Y$  = Skor total variabel Kriteria pengujian:

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{table}$ , maka instrumen valid  
Jika  $r_{hitung} < r_{table}$ , maka instrumen tidak valid
- b. Jika probabilitas (sig)  $< \alpha$ , maka instrumen valid Jika probabilitas (sig)  $> \alpha$ , maka instrumen tidak valid
- c. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS
- d. Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara  $r_{hitung}$  dengan  $r_{table}$  dan probabilitas (sig) dengan  $r_{table}$ , maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

### 1. Hasil Uji Validitas Variabel X (*Sales Promotion*)

Butiran pernyataan variabel pengaruh *Sales Promotion @aubree.skin* (X) adalah berjumlah 17 pernyataan dengan taraf signifikan 10% = 0,306. Hasil uji validitas variabel X dapat dilihat pada tabel sebagai berikut

**Tabel 3.3: Hasil Uji Validitas Variabel X (*Sales Promotion*),****Sumber : Hasil Perhitungan SPSS**

<b>Pernyataan</b>	<b>R Tabel</b>	<b>R Hitung</b>	<b>Keterangan</b>
X1	0,306	0,557	Valid
X2	0,306	0,418	Valid
X3	0,306	0,349	Valid
X4	0,306	0,421	Valid
X5	0,306	0,749	Valid
X6	0,306	0,330	Valid
X7	0,306	0,365	Valid
X8	0,306	0,660	Valid
X9	0,306	0,555	Valid
X10	0,306	0,368	Valid

Dari hasil di atas adalah jika R tabel < R hitung maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Berdasarkan pada tabel hasil uji validitas variabel X di atas menggunakan SPSS, terdapat 10 pernyataan di mana hasil r hitung lebih besar daripada r tabel. Maka pernyataan pernyataan pada variabel *Sales Promotion* (X) dikatakan **valid** karena r hitung lebih besar dari r tabel 0,306.

## **2. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)**

Pernyataan variabel Keputusan Pembelian (Y) berjumlah 16 pernyataan dengan taraf signifikan 10% = 0,306. Hasil uji validitas variabel Y dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.4: Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian),  
Sumber : Hasil Perhitungan SPSS**

<b>Pernyataan</b>	<b>R Tabel</b>	<b>R Hitung</b>	<b>Keterangan</b>
Y1	0,306	0,465	Valid
Y2	0,306	0,673	Valid
Y3	0,306	0,649	Valid
Y4	0,306	0,487	Valid
Y5	0,306	0,340	Valid
Y6	0,306	0,558	Valid
Y7	0,306	0,425	Valid
Y8	0,306	0,333	Valid
Y9	0,306	0,630	Valid
Y10	0,306	0,424	Valid
Y11	0,306	0,461	Valid
Y12	0,306	0,638	Valid
Y13	0,306	0,431	Valid
Y14	0,306	0,359	Valid
Y15	0,306	0,417	Valid
Y16	0,306	0,529	Valid

Dari hasil di atas adalah jika R tabel < R hitung maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Berdasarkan pada tabel hasil uji validitas variabel Y di atas menggunakan SPSS, terdapat 16 pernyataan di mana hasil r hitung lebih besar daripada r tabel. Maka pernyataan pernyataan pada variabel Keputusan Pembelian (Y) dikatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel 0,306.

#### **b. Reliabilitas**

Setelah kuesioner yang dibuat peneliti dinyatakan valid maka selanjutnya adalah uji reliabilitas. Uji ini dilakukan pada pernyataan-pernyataan yang valid. Dan guna dari uji ini adalah mengetahui sejauh mana pengukuran terhadap subjek yang sama. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2019) pengujian untuk bertujuan untuk mengetahui sejauh mana mengukur dan menghasilkan hasil yang relative konsisten apabila subjeknya sama.

Dalam penelitian ini pernyataan yang sudah di uji validitas akan ditentukan reliabilitas dengan kriteria;

- a. Jika r alpha positif atau > r tabel maka pernyataan reliabel
- b. Jika r alpha negatif atau < r tabel maka pernyataan tidak reliabel.

Penelitian ini menggunakan formula Cronbach Alpha (Sugiyono,2019) diukur berdasarkan akalan alpha 0 sampai 1.

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

$r_{11}$  = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item  $S_i$

= Varians total k = Jumlah item

Dan apabila skala tersebut dikelompokan dalam lima kelas dengan ukuran yang sama, maka ukuran tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 - 0,20	Kurang Reliabel
0,20 - 0,40	Agak Reliabel
0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat reliabel

### 1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (*Sales Promotion*)

**Tabel 3.5: Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (*Sales Promotion*),**

**Sumber : Hasil Perhitungan SPSS**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.620	10

Berdasarkan tabel di atas, terbukti bahwa variabel *Sales Promotion* (X) memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,620. Maka pada variabel *Sales Promotion* (X) pada penelitian ini **reliabel**.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

**Tabel 3.6: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian),**

**Sumber : Hasil Perhitungan SPSS**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.620	16

Berdasarkan tabel di atas, terbukti bahwa variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki Cronbach's Alpha yaitu sebesar 0,620. Maka dapat dinyatakan variabel Keputusan Pembelian (Y) pada penelitian ini **reliabel**.