

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian mengenai “Pengaruh *Sales Promotion* Es Teh Indonesia Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Pada Konsumen Es Teh Indonesia (Survei pada *Followers* Akun Instagram @esteh.indonesia)” dilakukan secara online pada *followers* akun Instagram @esteh.indonesia. Pengambilan data dilakukan dengan penyebaran angket secara *online* dengan bantuan Google Form. Adapun waktu pada penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2024- Juli 2024.

3.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pemahaman yang muncul dikalangan pengembang penelitian kuantitatif adalah peneliti dapat dengan sengaja mengadakan perubahan terhadap dunia sekitar dengan mealakukan eksperimen.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:14), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dan pengambilan sampel dilakukan secara *random* dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, serta analisis data bersifat statistik. Paradigma penelitian kuantitatif dianggap sebagai hubungan sebab akibat (kausal) antar variabel penelitian (Sugiyono, 2018).

3.4 Variabel dan Definisi Operasional

3.4.1 Definisi Variabel

Menurut Creswell Variabel adalah karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau diobservasi yang bisa bervariasi antara orang dan organisasi yang diteliti. Variabel dapat diteliti sehingga menghasilkan data yang bersifat kategori (data diskrit/nominal) atau data kontinum (ordinal, interval dan ratio). (Sugiyono, 2018:56) Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu :

1. Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel bebas (X) sering disebut sebagai variabel stimulus, *predictor*, *antecedent*. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah Promosi Penjualan, dengan dimensi: sampel, kupon, rabat, paket harga, premium, *advertising specialist*, *point of purchase*, kontes, *event marketing*, dan potongan harga.

2. Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat (Y) sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas Variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian dengan dimensi: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

3.4.2 Operasional Variabel

Definisi oprasional adalah melekatkan arti pada suatu variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variabel tersebut. Pengertian operasional variabel ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel (X)

Variabel X	Dimensi	Indikator
Sales Promotion (X) (Kotler, Bowens, & Akens, 2014: 417)	1. Coupoun or voucher	1. Pemberian potongan pada harga produk 2. Penawaran voucher di platform instagram Es teh Indonesia
	2. Diskon	1. Potongan Hraga dengan Nominal yang cukup besar 2. Daya Tarik potongan harga
	3. Rebates	1. Pemberian cashback setelah pembayaran melalui cashles 2. Penawaran Cashback untuk menarik perhatian konsumen

Tabel 3. 2 Operasional Variabel (Y)

Variabel Y	Dimensi	Indikator
Keputusan Pembelian (Y) (Kotler & Keller, 2018: 195-200)	1. Pengenalan Masalah	1. Kebutuhan Konsumen pada suatu produk 2. Masalah yang digerakan oleh rangsangan dari dalam diri konsumen
	2. Pencarian Informasi	1. Konsumen tergerak dengan stimulus untuk mencari informasi produk

Variabel Y	Dimensi	Indikator
		2. Konsumen mencari informasi produk dengan intens
	3. Evaluasi Alternatif	1. Konsumen melakukan penilaian kepada produk 2. Konsumen memilih produk sesuai dengan kebutuhan
	4. Keputusan Pembelian	1. Mendapatkan keputusan pembelian setelah memilih produk 2. Pengaruh lingkungan sekitar terhadap pemilihan produk
	5. Perilaku Pasca Pembelian	1. Pemahaman konsumen terhadap promosi penjualan 2. Kepuasan Konsumen

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2021:126) menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari : objek/ subjek yang memiliki kuantitas serta ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti buat dipelajari dan setelah itu diambil kesimpulannya. Maka dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah *Followers* Instagram @esteh.indonesia berjumlah 407.000 orang.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik probability sampling. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap

unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik probability sampling yang digunakan yaitu dengan teknik random sampling, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2018:134). Populasi dalam penelitian ini adalah populasi dari *Followers* Instagram @esteh.indonesia berdasarkan data pada tanggal 10 Juli 2024 pada jam 10.30 WIB. Jumlah tersebut direduksi dengan mengambil *follower* yang :

1. Merupakan *followers* akun Instagram @esteh.indonesia.
2. Memberikan komentar pada konten *feeds* Instagram @esteh.indonesia pada tanggal 10 juli – 16 juli 2024 yaitu sejumlah 165 orang.
3. Sudah pernah melakukan pembelian produk @esteh.indonesia.
4. Jenis kelamin Laki-Laki dan Perempuan. Sehingga populasi berjumlah orang dengan karakteristik populasi yang sudah ditentukan tersebut.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah suatu kelompok yang jumlahnya relatif lebih sedikit dari populasi yang dipilih dan digunakan sebagai penelitian. Menurut Sugiyono (2013), sampel sebagai bagian dari jumlah dan kualitas populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling*, yaitu teknik yang tidak memberikan peluang yang sama untuk setiap populasi yang dipilih sebagai sampel (Sugiyono, 2018:122). *Non Probability Sampling* dibagi menjadi 6 jenis, meliputi sampling sistematis, *sampling* kuota, *sampling* aksidental, *purposive sampling*, *sampling* jenuh, dan *snowball sampling*.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik *probability sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Teknik *probability sampling* yang digunakan yaitu dengan teknik random sampling, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2018:134).

Penyebaran kuisioner atau angket dilakukan menggunakan google form melalui *direct messages* dari *followers* Instagram @esteh.indonesia. cara perhitungan setiap sampelnya menggunakan system perhitungan otomatis melalui aplikasi SPSS. Jumlah sampel dalam penelitian ini akan di tentukan menggunakan rumus **slovin** dengan presisi 10% yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sample

N = jumlah populasi

e = nilai resisi 10% atau 0.1

Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dilakukanlah perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{165}{1 + 165 \cdot 0,1^2}$$

$$n = \frac{165}{1 + 165 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{165}{1 + 1,65}$$

$$n = \frac{165}{2,65}$$

$n = 62,25$ dibulatkan menjadi 63.

Berdasarkan hasil dari rumus penentuan jumlah sampel tersebut,

maka didapat jumlah sampel dari populasi penelitian dan ditetapkan sample sebanyak 63 responden.

3.6 Pengukuran Dan Pengamatan Variabel Penelitian

Skala pengukuran merupakan tolak ukur yang digunakan sebagai gambaran, pembanding dan penghubung antara satu variabel dengan variabel lainnya (Suliyanto, 2014). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode skala likert yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dan sudah ditanggapi oleh responden. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terkait suatu objek atau fenomena tertentu (Siregar 2016). Fenomena tersebut dijelaskan secara jelas oleh penulis dan disebut sebagai variabel penelitian. Berikut tabel skala likert yang ditetapkan penulis untuk tanggapan kuesioner

Tabel 3. 3 Pemberian Skor Berdasarkan Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

(Sugiyono, 2015:135)

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel (X) Promosi Penjualan, dan variabel (Y) Keputusan Pembelian Konsumen, jadi pernyataan yang diukur adalah mengenai Pengaruh Sales Promotion Es Teh Indonesia di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Konsumen Es Teh Indonesia.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder.

3.7.1 Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan atau didapatkan oleh penulis secara langsung. Menurut Nazir (2014) dalam buku Analisis Data Penelitian, data primer adalah data yang didapat secara langsung dari lapangan 28 Classification: Public atau objek penelitian, baik berupa pengukuran, pengamatan, maupun wawancara. Dalam penelitian ini, sumber data primer yang diperoleh dari jawaban kuesioner secara tidak langsung atau berupa google form yang disebarakan kepada responden.

Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara online dengan bantuan Google Form dan menyebarkannya melalui *Direct Message* Instagram kepada responden yang telah ditetapkan. Metode ini digunakan untuk mengetahui Pengaruh *Sales Promotion* Es Teh Indonesia Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Pada Konsumen Es Teh Indonesia (Survei pada *Followers* Akun Instagram @esteh.indonesia).

Promosi Penjualan @esteh.indonesia di Instagram

Hemat 30K
SPECIAL PRICE 1
UANG INI BUAT KAMU
DISKON 30%
40K

Petunjuk Pengisian
Bacalah dengan seksama setiap pernyataan, lalu pilihlah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat anda.

Kriteria Penilaian adalah sebagai berikut :
SS = Sangat Setuju
S = Setuju
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

Promosi Penjualan
Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dibawah ini, lalu pilihlah satu jawaban yang paling sesuai dengan jawaban anda.

Sampel

Saya tertarik dengan beragam voucher yang * diberikan @esteh.indonesia dan ingin mendapatkan voucher tersebut

Sangat Setuju
 Setuju
 Tidak Setuju
 Sangat Tidak Setuju

Gambar 3. 1 Penyebaran Kuisisioner Menggunakan Google Form

3.7.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang digunakan untuk melengkapi data-data yang telah ada dari data primer atau penelitian sebelumnya (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini, data sekunder yang digunakan penulis diperoleh dari penelitian terdahulu, seperti buku, jurnal, artikel dan sejenisnya.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2018).

3.8.1 Uji Regresi Linear Sederhana

Teknik analisis pada penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linear sederhana. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independent dengan variabel dependent apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independent mengalami kenaikan atau penurunan. Menurut Sugiyono (2018:300) Secara umum regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Nilai Variabel *Dependent* yang diprediksi

a = Nilai Konstanta atau $X = 0$

b = Koefisien Regresi

X = Nilai Variabel Independen

3.8.2 Uji Koefisien Kolerasi

Untuk mengetahui tingkat pengaruh, peneliti menggunakan pedoman untuk memberikan penafsiran koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 4 Pedoman Untuk Memberikan Koefisien Korelasi

Interval Koefision	Tingkat Pengaruh
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat kuat

(Sugiyono, 2018 : 274)

3.9 Uji Validitas Dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji coba instrumen menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel menjadi syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel (Sugiyono, 2018 : 193).

Dalam mengukur tingkat validitas dan reliabilitas digunakan software SPSS (Statistic Package For Social Sciene) for windows, data yang telah dikumpulkan kemudian dimasukan kedalam software SPSS sehingga menghasilkan nilai yang diinginkan. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan kepada 30 responden di luar dari populasi yang telah ditentukan, yaitu followers akun Instagram @esteh.indonesia, telah memberikan komentar pada unggahan yang diunggah pada tanggal 10-16 Juli 2024 serta dibagikan secara online dengan bantuan Google Form melalui *Direct Message* Instagram.

3.9.1 Uji Validitas

Merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Dengan demikian, data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2015: 267).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian perlu diuji validitasnya. Uji validitas menyatakan bahwa instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian dapat digunakan atau tidak. Seperti yang dijelaskan pada metode penelitian bahwa untuk melihat

valid atau tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor total butir pernyataan. Dalam membuat keputusan, pernyataan dinyatakan valid jika:

1. Nilai r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan tersebut valid.
2. Nilai r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan tersebut tidak valid.

3.9.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel X (*keputusan pembelian*)

Butir pernyataan variabel X berjumlah 15 pernyataan dengan taraf signifikansi $10\% = 0,306$. Hasil uji validitas variabel X dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel X (*keputusan pembelian*)

Pernyataan	R tabel	R hitung	Keterangan
Pernyataan 1	0,330	0,451	Valid
Pernyataan 2	0,330	0,557	Valid
Pernyataan 3	0,330	0,519	Valid
Pernyataan 4	0,330	0,656	Valid
Pernyataan 5	0,330	0,654	Valid
Pernyataan 6	0,330	0,562	Valid
Pernyataan 7	0,330	0,665	Valid
Pernyataan 8	0,330	0,565	Valid
Pernyataan 9	0,330	0,754	Valid
Pernyataan 10	0,330	0,628	Valid
Pernyataan 11	0,330	0,640	Valid
Pernyataan 12	0,330	0,483	Valid
Pernyataan 13	0,330	0,697	Valid
Pernyataan 14	0,330	0,648	Valid
Pernyataan 15	0,330	0,674	Valid

(Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 25)

Dari 15 pernyataan yang dibuat dan disebarkan kepada 30 responden semua pernyataan dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari pada r tabel.

3.9.1.2 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Butir pernyataan variabel Y berjumlah 20 pernyataan dengan taraf signifikansi $10\% = 0,330$. Hasil uji validitas variabel X dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Pernyataan	R.Table	R.Hitung	Keterangan
Pernyataan 1	0,330	0,724	Valid
Pernyataan 2	0,330	0,853	Valid
Pernyataan 3	0,330	0,506	Valid
Pernyataan 4	0,330	0,522	Valid
Pernyataan 5	0,330	0,562	Valid
Pernyataan 6	0,330	0,589	Valid
Pernyataan 7	0,330	0,373	Valid
Pernyataan 8	0,330	0,840	Valid
Pernyataan 9	0,330	0,654	Valid
Pernyataan 10	0,330	0,782	Valid
Pernyataan 11	0,330	0,780	Valid
Pernyataan 12	0,330	0,465	Valid
Pernyataan 13	0,330	0,615	Valid
Pernyataan 14	0,330	0,774	Valid
Pernyataan 15	0,330	0,767	Valid
Pernyataan 16	0,330	0,576	Valid
Pernyataan 17	0,330	0,475	Valid
Pernyataan 18	0,330	0,754	Valid
Pernyataan 19	0,330	0,773	Valid
Pernyataan 20	0,330	0,662	Valid

(Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 25)

Dari 20 pernyataan yang dibuat dan disebarkan kepada 30 responden semua pernyataan dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari pada

3.9.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa kuisisioner tersebut konsisten apabila digunakan untuk mengukur gejala yang sama dilain tempat. Perlu diketahui yang diuji reliabilitas hanyalah nomor soal yang jelas saja. Tujuan pengujian validitas dan reliabilitas adalah untuk meyakinkan bahwa kuisisioner yang telah disusun akan benar-benar baik untuk mengukur gejala dalam menghasilkan data yang valid. (Sugiyono 2107).

3.9.2.1 Hasil Reliabilitas Variabel X (Sales Promotion)

Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Sales Promotion)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.878	15

(Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 25)

Bedasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel X memiliki 15 pertanyaan dalam kuisisioner yang telah diisi oleh responden dinyatakan telah reliabel. Karena hasil yang diperoleh mencapai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,883 dan sesuai dengan tingkat reliabilitas maka dapat dinyatakan bahwa reliabel.

3.9.2.2 Hasil Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.921	20

(Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 25)

Bedasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel Y memiliki 20 pertanyaan dalam kuisisioner yang telah diisi oleh responden dinyatakan telah reliabel. Karena hasil yang diperoleh mencapai *Cornbach's Alpha* sebesar 0,921 dan sesuai dengan tingkat reliabilitas maka dapat dinyatakan bahwa reliabel.