BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

1. Jenis Penelitian

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

2. Lokasi Penelitian

Dalam mengumpulkan data ini penulis mengadakan penelitian di Apotek Global Medan jalan Sekip Medan, Sumatera Utara.

3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dari bulan Januari sampai Februari 2017.

Waktu	Nov – 16			Des-16				Jan-17				Feb-17				Mar-17				Apr-17			
Kegiatan	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penyusunan Proposal																							
Bimbingan dan Seminar Proposal																							
Revisi Proposal																							
Analisis Data, Penyusunan dan Bimbingan Skripsi																							
Pengajuan Sidang Meja Hijau																							

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut sugiyono (2010:72), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen Holisticare Ester-C yang ada pada booth promosi di Apotek Global Medan yang berjumlah 60 orang.

2. Sampel

Sugiyono (2010:73), Bila populasi besar dan peneliti 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, maka sampel penelitian menetapkan jumlah responden sebanyak 15 orang dalam satu minggu penelitian. Sedangkan waktu yang direncanakan untuk diteliti adalah selama 4 minggu, sehingga total sampel yang diajukan adalah 60 orang konsumen Holisticare Ester-C di Apotek Global Medan.

Adapun teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan penentuan sampel berdasarkan kebetulan *(eccidental sampling)*, yaitu peneliti sengaja memilih sampel kepada siapapun yang ditemui peneliti pada tempat, waktu dan cara yang telah ditentukan pada responden yang mengkonsumsi atau membeli Holisticare Ester-C.

C. Defenisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan promosi. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Defenisi operasional variabel dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.1. Batasan Operasional dan Indikator Variabel

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Kualitas Produk (X1)	Keseluruhan citra serta sifat dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat	1. Kinerja (*Performance*) 2. Keistimewaan (*features*) 3. Kesesuaian Mutu 4. Keandalan (*Reability*) 5. Daya Tahan (*Durability*)	Skala Likert
Promosi (X2)	Setiap aktivitas yang ditujukan untuk memberitahukan, membujuk, atau mempengaruhi masyarakat untuk tetap menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan	1. Perhatian *(Attention)* 2. Pemahaman *(Readthroughness)* 3. Respon Kognitif *(Cognitive)* 4. Respon Afektif *(Affective)* 5. Sikap Terhadap Iklan *(Behavior)*	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Sikap atau pendirian konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan perusahaan	1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. PerilakuSetelah Pembelian	Skala Likert

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif yang dikuantitatifkan yaitu berupa data jawaban responden dari kuisioner yang akan di tabulasi ke dalam bentuk angka-angka yang akan diolah menggunakan program *software* SPSS 21 *(Statistic Product and Service Solution) version for windows.*

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder.

a. Sumber Data Primer

Yaitu data diperoleh secara langsung pada objek penelitian yaitu seluruh konsumen yang membeli Holisticare Ester-C di kawasan booth promosi Apotek Global Medan dengan menyebar kuisioner yang masih harus diolah kembali untuk mendapatkan data yang akan digunakan.

b. Sumber Data Sekunder

Yaitu data-data berupa catatan, literatur, jurnal berkaitan dengan permasalahan dalam skripsi ini yang dikumpulkan melalui internet.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik pengumpulan data primer dengan menggunakan :

1. Penelitian lapangan yaitu penelitian lanjutan yang dilakukan secara baik mendalam dengan cara mengamati secara langsung pada subjek penelitian. Survey lapangan terdiri dari :

a. Observasi (Pengamatan) yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan tentang masalah penelitian secara langsung. Dalam hal ini mengenai evaluasi kualitas produk dan promosi serta keputusan pembelian konsumen Holisticare Ester-C

b. Wawancara (*Interview*) yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab dengan pihak-pihak terkait, dalam hal ini adalah sales Holisticare Ester-C.

c. Dalam pertanyaan(*Quisioner*) adalah dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang ditujukan konsumen yang membeli Holisticare Ester-C di kawasan *booth* promosi di Apotek Global Medan dengan menggunakan *skala likert's* dengan bentuk *checklist*, dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 opsi yaitu:

Tabel 3.2 Skala *Likert's*

Pernyataan	Bobot
- Sangat Setuju	5
- Setuju	4
- Kurang Setuju	3
- Tidak Setuju	2
- Sangat Tidak Setuju	1

2. Penelitian kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memeriksa atau melihat secara langsung dokumen, catatan-catatan, dan buku-buku yang berkaitan dengan masalah penelitian ini.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Kualitas Data

Salah satu masalah dalam penelitian adalah cara memperoleh data yang akurat dan objektif. Hal ini menjadi sangat penting sebab kesimpulan yang diambil hanya dapat dipercaya bila didasarkan pada data yang akurat. Untuk itu dalam penelitian ini perlu diketahui seberapa tinggi validitas dan reliabilitas alat ukur *(instrument)* yang digunakan.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak sahnya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu. Pengujian validitas diketahui dengan kriteria sebagai berikut :

1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan valid.
2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel,}$ maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap kuesioner stabil dari waktu ke waktu. Butir pernyataan yang sudah dikatakan valid dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut :

1) Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka data dikatakan valid.
2) Jika nilia *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka data dikatakan tidak valid

2. Uji Statistik

Peneliti menggunakan Uji statistik dengan regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama mempengaruhi variabel terikat. Peneliti menggunakan bantuan program *software* SPSS 21 *(Statistic Product and Service Solution) version for windows.* Persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta\ 1X1 + \beta\ 2\ X2 + e}$$

Keterangan:

Y = keputusan pembelian

X1 = kualitas produk

X2 = promosi

α = konstanta

β 1 = koefisien regresi variabel kualitas produk

β 2 = koefisien regresi variabel promosi

e = pengganggu (*error*)

3. Uji Asumsi Klasik

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

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Data distribusi normal dapat dilihat dari penyebaran data

(titik) pada sumbu diagonal dari grafik dari pengambilan keputusan. Jika data menyebar disekitar garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas. Begitu pula sebaliknya jika data yang menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan cara melihat nilai toleransi variabel dan *Variance Inflation Factor (VIF)* dengan membandingkan sebagai berikut :

1) VIF < 5 maka tidak terdapat multikolinearitas.
2) *Tolerance* > 0,1 maka tidak terdapat multikolinearitas.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Uji t

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variable dependen. Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

1) H_0 : $\beta_i = 0$, artinya variabel kualitas produk dan promosi secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
2) H_1 : $\beta_i \neq 0$, artinya variabel kualitas produk dan promosi secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

   H_0 diterima jika – Sig > pada $\alpha = 5\%$

   H_1 diterima jika – Sig < pada $\alpha = 5\%$

b. Uji f

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

1) H_0 : $\beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya variabel kualitas produk dan promosi secara simultan tidak berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
2) H_1 : $\beta_1 = \beta_2 \neq 0$, artinya variabel kualitas produk dan promosi secara simultan berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

5. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

UNIVERSITAS MEDAN AREA