

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metodologi penelitian sangat mutlak diperlukan, dan berbobot tidaknya penelitian tergantung pada metodologi penelitian yang digunakan. Metodologi penelitian sebagaimana yang kita kenal sekarang memberikan garis-garis yang cermat dan mengajukan syarat-syarat yang pokok, maksudnya adalah untuk menjaga agar pengetahuan yang dicapai dari suatu penelitian dapat mempunyai karya ilmiah yang setinggi-tingginya.

Secara umum terdapat tiga penelitian yang digunakan dalam penelitian ilmiah, menurut Strijker (2020) yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian kuantitatif

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menggunakan data numeric atau angka-angka sebagai dasar untuk melakukan analisis. Tujuan utama dari penelitian kuantitatif adalah untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat, menguji teori, dan membuat prediksi.

2. Penelitian kualitatif

Jenis penelitian ini merupakan penelitian yang berfokus pada pemahaman tentang fenomena sosial dan manusia secara nyata. Penelitian kualitatif ini mengumpulkan data dalam bentuk kata-kata, teks, seperti wawancara.

3. Penelitian Kombinasi (gabungan dari penelitian kuantitatif dan kualitatif), Sehingga mengandung hasil yang lengkap , bermanfaat, seimbang dan informatif.

Pada penelitian ini penulis akan menggunakan jenis penelitian kuantitatif, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif karena peneliti ingin mendapatkan data yang diukur dan dianalisis secara *statistic*.

3.2. Variabel Penelitian

Menurut Ali (2015) variabel penelitian adalah komponen yang sudah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti agar mendapatkan jawaban yang sudah dirumuskan yaitu berupa kesimpulan. Variabel merupakan komponen utama dalam penelitian. Oleh karena itu penelitian tidak akan berjalan tanpa ada adanya variabel penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mengambil judul “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko GSB Keramik Kota Gunungsitoli”. Jadi ada variabel yang mempengaruhi dan ada variabel yang dipengaruhi. Untuk memudahkan pemahaman mengenai status variabel yang diteliti, maka identifikasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel bebas : Harga (X)
- b. Variabel terikat: Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Adapun yang menjadi indikator dari variabel X1 (harga).

Menurut Gronroos dalam jurnal (Purba & Alfian, 2019: 408) terdapat 4 indikator harga yaitu:

- a. Persepsi harga
- b. Prosedural harga
- c. Kewajaran harga
- d. Penerimaan

Yang menjadi indikator dari variabel Y (Keputusan pembelian Konsumen).

Menurut Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa ada 4 indikator keputusan pembelian Konsumen yaitu:

- a. Kemantapan pada suatu produk yang akan dibeli
- b. Kebiasaan membeli suatu produk
- c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.
- d. Melakukan pembelian ulang.
- e. Keputusan toko yang dipilih
- f. Keputusan merek yang dipilih

3.2.1 Operasional Variabel Penelitian

Untuk memperjelas variabel yang digunakan dalam penelitian, maka dibuat tabel operasional sebagai berikut:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala	Item Pernyataan
Harga (X)	Sejumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh produk/jasa (Kotler & Keller, 2016)	1. Persepsi harga 2. Prosedural harga 3. Kewajaran harga 4. Penerimaan harga	Likert (1–4)	X1 – X10
Keputusan Pembelian (Y)	Tahap konsumen dalam memilih dan membeli produk (Kotler & Keller, 2016)	1. Kemantapan membeli 2. Kebiasaan membeli 3. Rekomendasi kepada orang lain 4. Pembelian ulang 5. Pemilihan toko 6. Pemilihan merek	Likert (1–4)	Y1 – Y10

Sumber: Olahan Penulis, (2025)

3.3. Populasi dan Sampel

1.3.1 Populasi

Keseluruhan dari jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya disebut dengan Populasi.

Menurut Umar (2018: 77), bahwa “populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel”.

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasinya adalah konsumen yang berbelanja di Toko GSB Keramik Kota Gunungsitoli selama 3 bulan terakhir mulai dari bulan april, mei dan juni sebanyak 300 orang.

1.3.2 Sampel

Bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian disebut dengan Sample. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena terbatasnya dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat mengambil sampel yang diambil dari populasi itu.

Teknik pengambilan sampel menurut Arikunto (2018: 134), bahwa “Apabila subyek kurang dari 100 orang, lebih baik diambil semua sehingga penelitian merupakan penelitian populasi, jika jumlah subyek lebih besar dapat diambil antara 10-20% atau 20-25% atau lebih”. Berdasarkan pendapat di atas, maka sampel diambil sebesar 10% dari populasi yaitu sebanyak 30 orang.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk menungkap atau menjaring informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian.

1. Pengamatan (Observasi):

Peneliti mengumpulkan data secara langsung melalui pengamatan di lapangan terhadap gejala-gejala atau fakta yang terdapat di lokasi penelitian.

2. Angket/kuesioner:

Untuk memperoleh data menyangkut tentang harga terhadap keputusan pembelian konsumen di toko gsb keramik kota gunungsitoli, peneliti menyiapkan angket/kuesioner. Selanjutnya tanggapan/ jawaban responden atas angket/kuesioner yang telah diedarkan peneliti, diolah dan dianalisis dengan teknik analisa yang digunakan pada penelitian ini.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara angket (kuisisioner), dimana angket akan disebarkan kepada para responden dan didalam angket terdapat 5 opsi pilihan jawaban yang dimana setiap opsi jawaban memiliki bobot.

Kuesioner yang digunakan bersifat tertutup, yaitu mengajukan pertanyaan langsung kepada responden mengenai variabel-variabel penelitian yang telah ditentukan. Skala yang dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2018: 62).

Angket yang telah diedarkan kepada sejumlah responden masing-masing pertanyaan terdapat lima alternatif jawaban yang mengacu pada skala likert sebagai berikut:

- | | |
|------------------------------|-----|
| a. Sangat Tidak Setuju (STS) | : 1 |
| b. Tidak Setuju (TS) | : 2 |
| c. Setuju (S) | : 3 |
| d. Sangat Setuju (SS) | : 4 |

3.5 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain dengan menggunakan bantuan *aplikasi excel* sehingga hasilnya dapat diolah dengan menggunakan SPSS versi 25. Teknik analisis data merupakan syarat mutlak bagi setiap penilaian yang berguna untuk menguji kebenaran yang telah dirumuskan sebelumnya. Untuk menganalisis data yang telah diperoleh maka ditempuh langkah-langkah sebagai berikut:

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat ukur yang menunjukkan tingkat keandalan atau tingkat kesahihan suatu alat ukur. Jika instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data valid sehingga valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dari pengertian di atas valid itu berarti mengukur apa yang diukur (ketepatan). Teknik analisis data yang digunakan peneliti yaitu dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 26 untuk mencari uji validitas data.

Menurut Arikunto (2018: 146), apabila hasil korelasi item dengan total item satu faktor didapat signifikansi (s) $< 0,05$ maka dikatakan signifikan dan butir-butir tersebut dianggap valid untuk taraf signifikan sebesar 5%. r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk.

1.5.2 Uji Reliabilitas

Dalam data statistik SPSS, uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui kekonsistenan angket yang akan digunakan oleh penelitian sehingga angket tersebut dihandalkan.

Uji realibilitas untuk alternatif jawabannya lebih dari dua akan menggunakan uji *cronbach Alpha* menurut Ghozali (2016: 133), mengatakan “jika nilai *Croanbach Alpha* $> 0,60$ maka instrumen penelitian *realible*, jika nilai *Croanbach Alpha* $< 0,60$ maka instrumen penelitian tidak *realible*.

1.5.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji regresi, data diuji dengan uji asumsi klasik untuk memastikan model regresi layak digunakan, yaitu:

1. Uji Normalitas – menggunakan Kolmogorov-Smirnov dan grafik P-P Plot. Data dinyatakan normal jika nilai signifikansi $> 0,05$.
2. Uji Multikolinearitas – menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Tidak ada multikolinearitas jika nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 .
3. Uji Heteroskedastisitas – menggunakan uji Glejser. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
4. Uji Autokorelasi – menggunakan Durbin-Watson (DW). Tidak ada autokorelasi jika nilai DW berada di antara $du < DW < 4 - du$.

1.5.4 Regresi Linear Sederhana

Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS *for window* versi 25. Analisis regresi linear sederhana dipergunakan untuk menelaah hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama unttuk menelusuri pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna, atau untuk mengetahui bagaimana variasi dari beberapa variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam suatu fenomena yang kompleks. Berdasarkan data variabel pada penelitian ini, diketahui bahwa variabel X yaitu harga dan variabel Y adalah keputusan pembelian konsumen.

Pengujian SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikan 0,05. Menurut Hadi (2014:77) mengatakan “sebuah data

linear jika taraf signifikan $< 0,05$, hal ini berarti variabel harga berkorelasi linear dengan variabel keputusan pembelian konsumen”.

1.5.5 Koefisien Korelasi

Untuk menguji dan membuktikan secara statistik hubungan antara komunikasi pemasaran dengan minat konsumen, dilakukan uji korelasi *product moment* dengan bantuan SPSS *for window* Versi 25.

Untuk menginterpretasikan mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Sofyan Siregar (2017: 251), dijabarkan sebagai berikut:

0,00 – 0,399 Tingkat hubungan sangat lemah

0,20 – 0,399 Tingkat hubungan lemah

0,40 – 0,599 Tingkat hubungan cukup

0,60 – 0,799 Tingkat hubungan kuat

0,80 – 1,00 Tingkat hubungan sangat kuat

1.5.6 Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2018:8), mengatakan “uji koefisien determinan merupakan alat statistik yang digunakan untuk memprediksikan besarnya korelasi antara variabel independen harga dengan variabel dependen keputusan pembelian konsumen”. Hasil dari koefisien korelasi dikali angka yang sama kemudian dikali 100%, maka diketahui seberapa persen pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.5.7 Uji Hipotesis (Uji T)

Perhitungan pengujian uji T yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS *for window* versi 25.

Pengujian secara parsial atau uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau secara individual dan dapat pula digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas yang paling dominan. Secara teknis pengujiannya dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel pada taraf signifikan $\alpha=0,5$.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak

3.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.6.2 Lokasi

Lokasi Penelitian ini bertempat di Toko GSB Keramik Kota Gunungsitoli.

1.6.3 Jadwal Penelitian

Untuk melaksanakan penelitian ini, peneliti telah membuat jadwal sebagai panduan penelitian sebagai berikut :

Tabel 3.2
Jadwal Penelitian

Kegiatan	JADWAL																	
	Januar i 2025		Februari 2025				Maret 2025				Mei 2025				Agustus 2025			
	3	4	1	2	3	4		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Kegiatan Proposal Skripsi																		
Konsultasi Kepada Dosen Pembimbing																		
Pendaftaran Seminar Proposal Skripsi																		

Pengumpulan Data																			
Penulisan Naskah																			
Ujian Skripsi																			

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2025).