

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di STIE GICI Business School Depok, Jl. Raya Citayam No.RT 001/005, Pd. Jaya, Kec. Cipayung, Kota Depok, Jawa Barat. Pada bulan Februari 2024 sampai dengan Agustus 2024, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

KEGIATAN	BULAN						
	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
Pengajuan Judul							
Persetujuan Judul dan Dosen Pembimbing							
Pembagian Surat Permohonan Ijin Penelitian							
Penyusunan Proposal (Bab 1, 2, 3, DP + Kuesioner)							
Seminar Proposal							
Perbaikan Hasil Seminar Proposal							
Penelitian dan Penulisan Bab 4 & 5							
Penyerahan Working in Progress 2 (WP-2)							
Sidang Skripsi dan Ujian Komprehensif							
Sidang Skripsi dan Ujian Komprehensif (Ulang/Susulan)							
Perbaikan Skripsi							
Persetujuan dan Pengesahan Skripsi							

Sumber: Rencana Penelitian (2024)

3.2. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:57) bahwa penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2019:126) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya manusia tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para mahasiswa S1 di STIE GICI Business School, Jumlah mahasiswa berdasarkan informasi dari pihak akademik sebanyak 300 mahasiswa.

3.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019:127) yang dimaksud dengan sampel adalah sebagai berikut ini:

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili)”. Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan untuk penelitian.

Di dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Taro Yamane atau yang lebih dikenal dengan istilah Rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

d² = Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n = \frac{300}{300 (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{300}{3 + 1}$$

$$n = \frac{300}{4}$$

$$n = 75$$

Jadi, sampel pada penelitian ini 75 Responden yang diambil secara acak (*Purposive Sampling*).

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019:296) juga menjelaskan bahwa langkah yang paling utama dalam penelitian yaitu teknik pengumpulan data, mendapatkan data adalah tujuan utama dari sebuah penelitian. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan menggunakan teknik observasi (pengamatan), kuesioner (angket), interview (wawancara), dokumentasi atau gabungan dari keempatnya. Sedangkan dalam penelitian ini akan digunakan tiga Teknik pengumpulan data yaitu teknik observasi (pengamatan) dan koesioner).

1. Kuesioner atau biasa disebut angket adalah data yang didapatkan dalam bentuk daftar pertanyaan untuk dijawab secara langsung oleh responden. Metode ini sesuai untuk mendapatkan jawaban responden dalam jumlah besar.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2019:68) yang dimaksud dengan variabel penelitian sebagai berikut: “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

3.5.1. Variabel Bebas

Pengertian Variabel Independen atau Variabel Bebas menurut Sugiyono (2019:69) adalah sebagai berikut: “Variabel Independen sering disebut sebagai variabel, *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas harga dan promosi yang penulis defenisikan sebagai berikut:

1. Harga (X_1)

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:308) Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan.

- a. Keterjangkauan harga
- b. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

- c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat

2. Promosi (X₂)

Kotler dan Armstrong (2019;116) adalah “paduan spesifik periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan penjualan personal yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan.

- a. Kualitas promosi
- b. Waktu promosi
- c. Frekuensi promosi
- d. Ketepatan atau kesesuaian

3.5.2. Variabel Terikat

Pengertian variabel dependen atau variabel terikat menurut Sugiyono (2019:69) adalah sebagai berikut:

“Variabel dependen sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.” Dalam penelitian ini digunakan keputusan pembelian.

Kotler and Amstrong (2019:181) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian (*purchase decision*) konsumen merupakan sebuah tindakan membeli merek yang konsumen paling suka, tetapi dua faktor bisa saja berada diantara niat pembelian dan keputusan pembelian.

- a. Pilihan produk
- b. Pilihan merek
- c. Pilihan penyalur
- d. Waktu pembelian

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Harga (X ₁)	Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan. Kotler dan Armstrong (2018:308).	<ul style="list-style-type: none"> a. Keterjangkauan harga b. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 	Skala Likert

		d. Kesesuaian harga dengan manfaat	
Promosi (X ₂)	Paduan spesifik periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan penjualan personal yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan. Kotler dan Armstrong (2019;116)	a. Kualitas promosi b. Waktu promosi c. Frekuensi promosi d. Ketepatan atau kesesuaian	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian (<i>purchase decision</i>) konsumen merupakan sebuah tindakan membeli merek yang konsumen paling suka, tetapi dua faktor bisa saja berada diantara niat pembelian dan keputusan pembelian. Kotler and Armstrong (2019:181)	a. Pilihan produk b. Pilihan merek c. Pilihan penyalur d. Waktu pembelian	Skala Likert

Sumber: Peneliti (2024)

3.6. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Sugiyono (2019:482) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran

Dalam penelitian menggunakan kuesioner, maka untuk penilaiannya menggunakan *Skala Likert* dengan interval 1-5 yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau organisasi mengenai kejadian social. Menurut Sugiyono, (2019: 93) skala ini digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, persepsi seseorang atau individu tentang fenomena sosial. Skala ini membuat peringkat atau skor pada masing-masing pertanyaan. Jawaban yang tidak mendukung diberi skor rendah sedangkan untuk jawaban setuju akan diberikan skor tinggi. Skor yang

diberikan terhadap masing-masing skala adalah sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (Skor 5)
- b. Setuju (Skor 4)
- c. Netral (Skor 3)
- d. Tidak Setuju (Skor 2)
- e. Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel 3.3 di bawah ini.

$$\text{Interval Angka Penafsiran} = (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n$$

$$= (5 - 1) / 5$$

$$= 0,80$$

Tabel 3.3. Angka Penafsiran

INTERVAL PENAFSIRAN	KATEGORI
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Netral
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Hasil penelitian, 2024 (Data diolah)

Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah:

$$M = \frac{\sum f(X)}{n}$$

Keterangan:

M = Angka penafsiran

F = Frekuensi jawaban

x = Skala nilai

n = Jumlah seluruh jawaban

3.6.2. Persamaan Regresi Linear Berganda

Menurut Duli (2019:171-172) Analisis regresi linear berganda bermaksud mencari hubungan dari dua variabel atau lebih di mana variabel yang satu tergantung pada variabel yang lain.. Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X_1), (X_2), (X_3)..... (X_n) . Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (Keputusan mendaftar program S1)
- a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
- $b_1...b_3$ = Koefisien regresi (konstanta) X_1, X_2, X_3
- X_1 = Harga
- X_2 = Promosi
- e = Standar error

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*.

3.6.3. Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

1. Uji Validitas

Untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner digunakan uji validitas. Menurut Sugiyono (2019:175) menyatakan maksud validitas adalah sebagai berikut:

“Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur

Uji validitas bertujuan untuk menentukan valid atau tidaknya dalam menguji item-item dalam kuesioner. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat-syarat yang harus dipenuhi menurut Sugiyono (2019:189) adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r \geq 0,30$ maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid
- b. Jika $r \leq 0,30$ maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item- Total Correlation* pada tabel *Item-Total Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Dikatakan valid jika $r_{hitung} > 0,3$

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap pernyataan yang sudah valid dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Menurut Sugiyono (2019:176) menyatakan bahwa:

“Instrumen yang reliabilitas adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Cronbach alpha dengan menggunakan SPSS. Suatu reliabilitas jika nilai alpha lebih besar dari 0,6 sedangkan nilai alpha lebih kecil dari 0,6 maka tidak reliabel, dengan menggunakan rumus alpha, sebagai berikut:

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

Keterangan:

- r_{11} = Nilai reliabilitas
 $\sum S_i$ = Jumlah variabel skor setiap item
 S_t = Varians total
 k = banyaknya butir pertanyaan

Sumber: Unaradjan (2019:186)

Namun demikian dalam penelitian ini uji reliable tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*. Untuk melihat reliabel atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel *Reliability Statistics* hasil pengelolaan data dengan menggunakan SPSS.

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

Gunawan (2020:108), mengatakan bahwa uji asumsi klasik merupakan pengujian pada penelitian yang memiliki tujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapat memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten.

Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantaranya meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedastisitas, (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan digunakan 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Menurut Kurniawan (2019:49), uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data pada penelitian ini dilakukan dengan uji kolmogorov Smirnov yang menggunakan aplikasi SPSS dan memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal;
- b. Jika nilai probabilitas $\geq 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal.

Kemudian uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika hasil One Sample Kolmogorov Smirnov menunjukkan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji glejser. Ghazali, (2019: 134).

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua acara, yaitu dengan melihat pola gambar scatterplot maupun dengan uji statistik misalnya uji glejser. Pada penelitian ini menggunakan uji glejser yaitu dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya, Kurniawan, (2019:59). Pada *Statistical Program For Social Science (SPSS)* dapat dilihat dengan melihat nilai absolut pada tabel *Coefficients*. Jika nilai signifikansi variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$ maka tak terjadi hereroskedastisitas.

3. Uji Multikolinieritas

Menurut Sugiyono, (2019:79) menjelaskan bahwa Multikolinearitas adalah pengujian apakah model regresi ditemukan adanya masalah diantara variabel inependen. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas menguji Tolerance value diatas angka 0,1 sedangkan batas VIF adalah 1.

3.6.5. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2019:99) bahwa: “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang *empiric*”.

1. Uji Parsial(Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat secara individu (parsial). Adapun rumus yang digunakan, sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b}{se}$$

Keterangan:

- t_{hitung} = Nilai t
- b = Koefisien regresi X
- se = Standar error koefisein regresi X

Adapun bentuk pengujiannya adalah:

- a. $H_0 : \beta_1 , \beta_2 = 0$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya

- b. H_a : minimal satu $\beta_i \neq 0$ dimana $i = 1,2,3$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf nyata 5% ($\alpha 0,05$) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variabel harga dan promosi secara (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mendaftar program S1.

$t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variabel harga dan promosi secara individual (parsial) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mendaftar program S1.

2. Uji Serempak/*Simultant* (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Guna mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak dapat digunakan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel *Anova* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut:

H_0 : $\beta_i = 0$; artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat
 H_a : $\beta_i \neq 0$; artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan:

- a. $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa harga dan promosi secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mendaftar program S1.

- b. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa harga dan promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mendaftar program S1.