BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di Sepanjang, Kec Gondanglegi, Kab Malang. Di mana malang selatan merupakan kebun tebu terbesar di kota malang. Sehingga peneliti mengetahui seberapa besar petani tebu di malang dalam menggunakan pupuk cair bagitani tersebut.

3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Mode sesuatu (*inguiry*) secara sistematis dengan penekanan bahwa pencarian ini dilakukan terhadap masalah-masalah yang dapat dipecahkan. Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatoryresearch*). Menurut Mardalis (2004:26) mengemukakan tentang penelitian penjelasan yaitu “ Penelitian penjelasan (*explanatory research*), bertujuan untuk menjelaskan apa-apa yang akan terjadi bila variabel-variabel tertentu dikontrol atau dimanipulasi secara tertentu.

Sehingga penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory research*, karena ingin menjelaskan hubungan kausal atau hubungan sebab-akibat

yang terjadi antara variable-variabel yang ada dengan melakukan pengujian hipotesis.

Dalam pelaksanaannya, *explanatory research* menggunakan metode penelitian survai. Penelitian survai adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variable sosiologis maupun psikologis. Sugiono (2004:7).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Prosesnya berawal dari teori, selanjutnya diturunkan menjadi hipotesis penelitian yang disertai pengukuran dan operasional konsep, kemudian generalisasi empiris yang bersandar pada statistik, sehingga dapat disimpulkan sebagai temuan penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan yang disebut sampel (Ferdinand, 2006).

Penelitian ini merupakan *library reserch* atau di sebut dengan penelitian kepustakaan, sehingga, di gunakan data-data kepustakaan yang berasal dari buku, artikel, surat kabar, urnal, internet, dan refrensi-refrensi lainnya yang berkaitan

tema yang di ambil. Sumber data adalah subyek dimana data dapat di peroleh (arikunto:1998;114)

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah para pemilik lahan tebu di gondanglegi. Sedangkan jumlah pemilik lahan tebu di gondanglegi 2013 adalah sebesar 232 orang (Sumber: KUD Gondanglegi 201), maka jumlah sampel dapat dihitung dengan menggunakan rumus Yamane (1996) dalam Ferdinand (2006) sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Jumlahsampel

N =Jumlahpopulasi

D = presisi yang ditetapkan atau prosentasi kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (diambil 10%).

Berdasarkan data yang diperoleh, diketahui bahwa jumlah pemilik lahan tebu di gondanglegi pada tahun 2014 adalah sebesar 233 orang. Maka jumlah sampel untuk penelitian ini dengan *margin of error* 10% adalah:

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

$$n = \frac{233}{1 + 232(10\%)^2} = 100$$

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh di atas, maka jumlah sampel yang diteliti adalah 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan pada bulan April

Tabel 3.1

Tabel Lahan Petani Berdasarkan Luas Kepemilikan Lahan di gondanglegi.

No.	Luaslahan (Ha)	Petani	%
1.	<0,250	115	49,5
2.	0,251-0,500	60	25,8
3.	0,501-0,750	5	2,1
4.	0,751-1,000	20	8,6
5.	1,001-1,250	3	1,2
6.	1,251-1,500	4	1,7
7.	1,501-1,750	6	2,5
8.	1,751-2,000	5	2,1
9.	2,001-2,500	6	2,5
10.	> 2,500	8	3,4
	Jumlah	232	100%

Sumber: KUD Gondanglegi 2014

Rata-rata luas lahan yang diusahakan petani tebu di wilayah Gondanglegi beragam antara 0,250 ha sampai 4,000 ha. Dari tabel diatas ini dapat diketahui beberapa jenis luas lahan yang diusahakan di Gondanglegi dengan rata-rata petani di desa ini merupakan petani kecil karena rata-rata mereka mengusahakan perkebunan tebu seluas 0,500 Ha. sehingga dari penelitian ini dapat di ketahui pengguna pupuk cair bagitani masih setengah.

3.3 Sumber Data

Dalam suatu penelitian harus disebutkan dari mana data diperoleh sebagaimana yang dinyatakan oleh Arikunto (2002:107). Sumber data adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Di dalam penelitian ini data yang digunakan dibagi 2 bagian. Menurut Indriantoro dan Supomo (2002:146) sumber data dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Data primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden pembeli Pupuk Cair Bagitani.

b. Data skunder

Data skunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen-dokumen perusahaan, seperti gambaran perusahaan dan struktur organisasi.

3.5 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden

untuk dijawabnya (Sugiyono, 2004:135). Metode ini dilakukan dengan memberi sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen terhadap pupuk cair bagitani, sebagai responden yang dipilih secara acak sebagai sample dari penelitian sehingga memperoleh data yang akurat tentang keputusan pembelian.

2. Wawancara (*Interview*)

Merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada si peneliti.

3. Dokumentasi

Metode ini berkaitan dengan obyek dan subyek penelitian melalui pencatatan dokumen-dokumen atau berkas-berkas dari pihak yang terkait dengan penelitian.

3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2004:84).

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*. Menurut Umar (2004:69) Skala *likert* ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, dan baik - tidak baik. Sedangkan menurut (Sugiono 2004:86). Skala *likert*

digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Untuk keperluan analisis ini, maka jawaban setiap item dapat berupa kata-kata serta pemberian skor untuk setiap item pertanyaan.

Jawaban SS : Sangat setuju diberi skor 5.

Jawaban S : Setuju diberi skor 4.

Jawaban N : Netral 3.

Jawaban TS : Tidak setuju diberi skor 2.

Jawaban STS : Sangat tidak setuju diberi skor 1.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Menurut Nazir (2003:126) definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberi arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut. Sesuai dengan perumusan masalah yang ada maka dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2004:33). Adapun variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah bauran promosi yang terdiri dari:

a. Variabel Periklanan (X1)

Variabel Periklanan Adalah setiap bentuk penampilan non personal bayaran dan promosi tentang gagasan , barang atau jasa oleh sponsor tertentu. Dalam variabel ini dapat diturunkan item-item yang diteliti berdasarkan indikator periklanan, yaitu:

1. Brosur
2. Poster
3. Radio

b. Variabel penjualan perorangan (X2)

Variabel penjualan perorangan Adalah interaksi antar individu, saling bertatap muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan, pertukaran yang saling menguntungkan antara penjual dan pembeli. Dalam variabel ini dapat diturunkan item-item yang diteliti berdasarkan indikator penjualan perorangan, yaitu:

1. Terjadi komunikasi timbal balik
2. ejelasan informasi yang disampaikan oleh Wiraniaga
3. Pelayanan yang memuaskan.

c. Variabel promosi penjualan (X3)

Variabel promosi penjualan Adalah insentif jangka pendek untjuk mendorong pembelian dan penjualan sebuah produk dan jasa. Dalam variabel ini dapat diturunkan item-item yang diteliti berdasarkan indikator promosi penjualan, yaitu:

1. Pemberian hadiah (kalender, jam dan lain-lain) kepada pembeli
2. Adanya diskon

d. Variabel public relation (X4)

Variabel public relation Adalah rangsangan non personal demi permintaan akan sebuah produk dan jasa di media cetak atau elektronik tanpa di bayar. Dalam variabel ini dapat diturunkan item-item yang diteliti berdasarkan indikator promosi penjualan, yaitu:

1. Sponsorship
2. Pameran

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2004:33). Dalam penelitian ini variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y).

Keputusan pembelian adalah suatu tahapan dalam perilaku konsumen sebelum akhirnya konsumen memutuskan untuk membeli. Dalam variabel ini dapat diturunkan item-item yang diteliti berdasarkan indikator keputusan pembelian, yaitu:

1. Daya tahan produk
2. Keamanan produk
3. Harga terjangkau
4. Kualitas produk bagus

Selanjutnya konsep, variabel serta item-item ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 3.2

Dimensi Konsep, Variabel, Indikator dan Item-item

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM
Bauran Promosi	Periklanan	1. Brosur 2. Poster 3. Radio
	Penjualan perorangan /personal selling	4. Terjadi komunikasi timbal balik 5. Kejelasan informasi yang disampaikan oleh penjual. 6. Pelayanan yang memuaskan.
	Promosi penjualan	7. Pemberian hadiah (kalender, jam dan lainlain) kepada pembeli. 8. Adanya diskon
	Public Relation	9. Sponsorship 10. Pameran
Keputusan pembelian	Keputusan pembelian produk	11. Daya tahan produk 12. Keamanan produk 13. Harga terjangkau 14. Kualitas produk bagus

Sumber : Data Primer yang diolah, 2014

3.8 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Dalam penelitian ini, peneliti mengolah data dengan menggunakan

a. Uji Validitas Data

Menurut Umar (2004:76) validitas adalah istilah yang dipakai untuk menyatakan sejauh mana data yang ditampung pada suatu kuesioner akan mengukur apa yang ingin diukur.

Dimana menurut Arikunto (2002:146) r hitung dapat ditentukan dengan rumus:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum x) - (\sum y)}{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}$$

dimana:

r = indeks korelasi pearson

X = skor item

Y = skor total

XY = skor pernyataan

N = banyaknya sampel

Valid atau tidaknya suatu item, dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total bila korelasi r diatas 0.30 maka dapat dikatakan valid. Sebaliknya bila korelasi r dibawah 0.30 maka dikatakan tidak valid sehingga harus diperbaiki (Asnawi dan Mashuri. 2009: 170).

b. Reliabilitas

Menurut Umar (2004:77) Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila alat ukur kita gunakan berulang kali.

Apabila suatu alat pengukuran telah dinyatakan valid, maka tahap berikutnya adalah mengukur realibilitas dari instrument koesioner tersebut. Realibilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dalam alatukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Konsistensi disini berarti kuesionertersebut konsisten jika digunakan untuk mengukur konsep atau konstruk dari suatu kondisi kekondisi yang lain. Misalkan kita memiliki kuesioner yang mengukur kepuasank onsumen, maka hasil kuesioner tersebut akan sama jika digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen pada penelitian yang lain. Pada program SPSS, metode ini digunakan dengan metode *Cronbach Alpha*. Dimana kuesioner dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Rumus yang digunakan untuk *Cronbach Alpha* :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2 t} \right]$$

Dimana:

r_{11} = reliabilitasinstrumen r

k = Banyaknyabutirpertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlahvarianbutir

$\sigma^2 t$ = Varian total t

3.9 Pengujian Asumsi Klasik

Agar dapat diperoleh nilai pemerkiraan yang tidak bias dan efisien dari persamaan regresi, maka dalam pelaksanaan analisis data harus memenuhi beberapa asumsi klasik sebagai berikut (pengolahan data dengan komputerisasi menggunakan program SPSS):

a. Uji Multikolinieritas

Menurut Santoso (2002:203), tujuan dari non-multikolinieritas adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara *variabel independent*. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas (multiko). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara *independent variabel*.

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas dapat dideteksi dari besarnya nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Bila nilai VIF lebih kecil dari 5 maka tidak terjadi non-multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Santoso (2002:208), tujuan uji non-heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Dan jika varians berbeda, disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi *Rank Spearman* yaitu mengkorelasikan antara absolute residual hasil regresi dengan

semua variabel bebas. Apabila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%), maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti nonheteroskedastisitas atau homoskedastisitas.

c. Uji Normalitas

Menurut Santoso (2002:212), tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel bebas, variabel terikat atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *chi square* terdapat nilai standar residual hasil persamaan regresi. Apabila probabilitas hasil uji *chi square* lebih kecil dari 0,05 (5%) maka terdistribusi normal dan sebaliknya terdistribusi tidak normal.

Selain itu deteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normalitas. Jika data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Namun jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.10 Metode Analisis Data

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi apakah ada hubungan yang kuat antara variabel terikat (Y) keputusan pembelian, dan variabel

bebas (X) bauran promosi, maka dalam penelitian ini regresinya sebagai berikut (Sugiono, 2004:211):

$$Y = a + B_1 X + B_2 X + B_3 X + B_4 X$$

Keterangan :

Y : Variabel terikat yaitu Keputusan pembelian

a : Konstanta

$B_1 - B_4$: Koefisien regresi variabel ke-1 sampai ke-4

X_1 : Periklanan

X_2 : Penjualan perorangan

X_3 : Promosi penjualan

X_4 : Hubungan masyarakat/publisitas

b. Pengujian Hipotesis

1. Uji F (uji simultan)

Uji F digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} . Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi dibawah 0,05 (5%) maka secara bersama-sama (simultan) variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya. Rumus yang dikemukakan oleh Sugiono (2004:190) untuk mengetahui nilai $hitung F$, yaitu:

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

Dimana:

$F = hitung F$ yang selanjutnya dibandingkan dengan $tabel F$

R_2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sample

k = Jumlah variabel bebas (*independent variabel*)

Kriteria Pengambilan Keputusan

Jika *hitung* $F > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Jika *hitung* $F < F_{tabel}$ maka H_0 diterima

Bila H_0 ditolak maka H_0 diterima berarti variabel-variabel bebas yang diuji mempunyai hubungan yang bermakna dengan variabel terikatnya.

2. Uji t (uji parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai *hitung* t dengan nilai t_{tabel} . Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikan dibawah 0,05 (5%), maka secara parsial atau individual variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.