

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode survei, yakni mengeksplorasikan data yang ada dilapangan untuk menjawab secara kuantitatif terhadap permasalahan yang diajukan, dan berupaya mencari pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

#### **3.2. Waktu dan Tempat Penelitian**

##### **1. Waktu Penelitian**

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 2 bulan, 1 bulan pengumpulan data yang meliputi penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung, adapun waktu pelaksanaannya yaitu Maret 2022 – Mei 2022

##### **2. Tempat Penelitian**

Untuk mendapatkan data dan informasi, maka yang menjadi lokasi penelitian adalah apotek Afdal, beralamat di jl Kedondong No.1 Anduonohu (pasar Anduonohu).

### 3.3. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013) dalam Jasmalinda (2021) populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Populasi yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi juga mengandung arti kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji. (Jasmalinda, 2021). Dalam artian lain populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi pengertian populasi dalam statistic tidak terbatas pada sekelompok/kumpulan orang-orang, namun mengacu pada seluruh ukuran, hitungan, atau kualitas yang menjadi fokus suatu kajian. Dengan kata lain populasi juga dapat dikatakan sebagai universal atau sekumpulan kelompok pada individu atau objek yang memiliki karakteristik yang sama. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah masyarakat kota Kendari yang membeli produk di apotek Afdal.

Berdasarkan observasi awal di Apotek Afdal konsumen yang datang berjumlah 1040 orang dalam sebulan (dalam bulan Januari 2022). Maka Populasi dalam penelitian ini berjumlah 1040 orang.

Tabel 3.1

## Data Pembelian januari 2022

Tanggal	Data pembelian perminggu
1 - 8	242
9 - 15	266
16 - 22	222
23 - 29	237
30 - 31	73
<b>Total</b>	<b>1.040</b>

Sumber: Apotek Afdal. Tahun 2022

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2013) dalam Jasmalinda (2021) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel ini diambil karena penelitian ini tidak mungkin diteliti seluruh anggota populasi konsumen. (Jasmalinda, 2021).

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability* yaitu *Convennion Sampling*. *Convennion Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang diambil dari anggota populasi yang dapat ditemui di lokasi pengambilan data dan dengan mudah dapat memberikan informasi yang diinginkan serta masuk kedalam kriteria pengambilan sampel. (Sugiyono, 2014) Pada penarikan sampel, peneliti mempunyai kebebasan memilih siapapun konsumen yang dijadikan responden. Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah

sampel adalah dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael sebagai berikut :

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{D^2 (N - 1) \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan :

S = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

$\lambda^2$  = Chi Kuadrat nilainya tergantung derajat kebebasan (dk) 1, 5 dan 10 dan tingkat kesalahan.

taraf kesalahan 1% maka chi kuadrat = 6,635

taraf kesalahan 5% maka chi kuadrat = 3,841

taraf kesalahan 10% maka chi kuadrat = 2,706

D = Perbedaan antara rata-rata sampel dengan rata-rata populasi (Perbedaan bias 0,0001; 0,0025; dan 0,01)

P = Peluang benar (0.5)

Q = peluang salah (0,5)

Dari rumus di atas diketahui, bahwa penentuan jumlah sampel dari rumus Isaac dan Michael memberikan kemudahan penentu jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan 1%, 5% dan 10%. Pada penelitian ini tingkat kesalahan atau sampling error dalam menentukan jumlah sampel yaitu pada tingkat kesalahan 10%. Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dalam presentase. Semakin kecil toleransi kesalahan, maka semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Misalnya dilakukan penelitian dengan batas toleransi kesalahan 10% (0,01), berarti memiliki tingkat

akurasi sebesar 90%. (Nelwan et al., 2019). Dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael ini, peneliti dapat secara langsung menentukan besaran sampel berdasarkan jumlah populasi dan tingkat kesalahan yang dikehendaki. Dan juga teknik pengambilan data akan menggunakan kuesioner secara langsung dengan pihak yang akan diteliti dalam hal ini pelanggan apotek Afdal.

Pada penelitian ini didapatkan populasi sebanyak 1.040 pembeli yang berbelanja di Apotek Afdal dan batas toleransi kesalahan sebesar 10% serta nilai  $d = 0.01$  maka dapat ditentukan jumlah sampel penelitian sebagai berikut:

$$S = \frac{2,706 \cdot 1040 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,01 \cdot (1040 - 1) + 2,706 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$S = \frac{703,56}{11,0665}$$

$$S = 63,57 = 64$$

maka untuk perhitungan sampel pada populasi pelanggan yang membeli produk diapotek Afdal sebanyak 64 orang.

### 3.4. Data dan Sumber Data

Data penelitian ini bersumber dari dua data yaitu data primer dan data sekunder

#### a. Data Primer

Hariwijaya dan Triton (2011) dalam brian (2020). Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama baik dari individu seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner. Santoso dan Tjiptono (2004) Data primer adalah data

yang dikumpulkan dan diolah oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari obyeknya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden, meliputi : identitas dan tanggapan responden mengenai pengaruh experieantal marketing dan edukasi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Apotek Afdal. (Haeba, 2020)

b. Data Sekunder

Santoso dan Tjiptono (2004). Data Sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain. Hariwijaya dan Triton (2011) dalam Brian (2020) Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dantelah disajikan oleh pihak lain, misalnya dalam bentuk tabel – tabel ataupun dalam bentuk diagram – diagram. Dalam penelitian ini data skunder didapat dari lembaga atau pihak – pihak yang terkait dalam penelitian ini. (Haeba, 2020)

### 3.5. Variabel penelitian

Dari penelitian ini variabel yang akan diteliti diklarifikasikan menjadi Dua Variabel, yaitu:

1. Variabel Independent

Sugiyono (2011,61) dalam Brian (2020) .variabel Independen atau variabel bebas adalah “Merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Yang dimaksud variabel



bebas dalam penelitian ini adalah experiential marketing dan edukasi konsumen. (Haeba, 2020)

## 2. Variabel Dependen

Sugiyono (2011,61). Dalam Brian (2020) Variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Yang dimaksud variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Penelitian ini mengkaji pengaruh experiential marketing, edukasi konsumen terhadap keputusan pembelian pada apotek Afdal. Dengan demikian terdapat 3 (tiga) variabel yang dikaji, yaitu variabel  $X_1$  (independen)  $X_2$  (independent) dan variabel Y (dependen), dengan rincian sebagai berikut: (Haeba, 2020)

1. Experiential marketing → Variabel  $X_1$  (independen)
2. Edukasi konsumen → Variabel  $X_2$  (independen)
3. Keputusan pembelian → Variabel Y (dependen)

## 3.6 Desain Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *field research* (penelitian lapangan). Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini bermakna sebagai penelitian yang menganalisis pengaruh experiential marketing dan edukasi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Apotek Afdal. Sedangkan penelitian lapangan maksudnya adalah survei berdasarkan pengalaman atau studi kasus di mana peneliti berusaha mengidentifikasi variabel - variabel

penting dan hubungan antar variabel tersebut dalam situasi permasalahan tertentu (Jonatan 2008) Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana untuk melihat bagaimana pengaruh variabel indenpenden terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, model penelitian penelitian ini dapat dikemukakan dalam bentuk skema seperti ditampilkan pada gambar berikut:

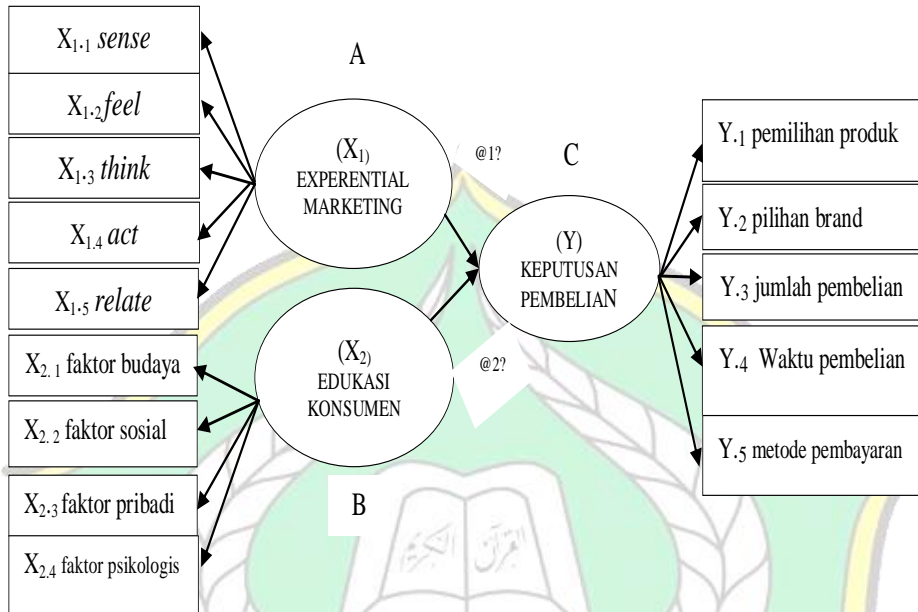
**Gambar 3.1**  
**Desain penelitian**



Sumber : diolah diolah dilapangan. Tahun 2022



**Gambar 3.2**  
**Hubungan antar variabel**



**Reduced form (rumus statistic)**

$$Y = F(X) \quad \alpha_1$$

$$X_1 \longrightarrow Y$$

Sehingga :

$$Y = F(X)$$

$$= F(\alpha_0 X_0 \alpha_1 X_1 \alpha_2 X_2)$$

$$Y = F(X) \quad \alpha_2$$

$$X_2 \longrightarrow Y$$

$$= F(\alpha_0 X_0 \alpha_1 X_1 \alpha_2 X_2 \alpha_2 Y_1)$$

Sumber : diolah dilapangan, Tahun 2022

### 3.7. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi:

#### 1. Observasi

Bimo Walgito, (2010). Observasi merupakan suatu penelitian yang dijalankan secara sistematis dan disengaja diadakan dengan menggunakan alat indra (terutama mata) atas kejadian – kejadian yang langsung dapat ditangkap pada waktu kejadian berlangsung.

Dalam melakukan observasi, peneliti akan melakukan pengamatan secara terus menerus dan mencatat data hasil dari pengamatan guna kesuksesan dalam melakukan observasi yang mendukung masalah yang akan diteliti.

#### 2. Kuesioner

Sugiyono (2016). Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pembagian kuisisioner secara langsung.

Untuk keperluan analisis kuantitatif peneliti maka peneliti memberikan lima alternative jawaban kepada responden dengan menggunakan skala 1 sampai 5 yang dapat dilihat pada dibawah ini.

**Tabel 3.2**  
**Instrument Skala *Likert***

Alternative Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

### 3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:240) Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang berlalu berbentuk gambar, foto, sketsa dan lain lain, Dokumentasi merupakan pelengkap dari pengguna metode observasi dan wawancara. Objek penelitian ini dokumentasi sebagai pendukung mengenai hasil penelitian dari observasi agar semakin akurat dan dipercaya.

### 3.8. Instrumen Penelitian

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner berupa sejumlah pertanyaan berstruktur yang harus dijawab oleh responden. Dalam kuesioner tersebut terdapat beberapa pertanyaan yang menyangkut tentang identitas responden seperti : Nama, umur, Jenis kelamin, pendidikan terakhir dan lama bekerja. Selain itu terdapat pula pertanyaan khusus yang berkaitan dengan topik penelitian.

### 3.9. Teknik analisis data

Dalam penelitian ini, pengelolaan dan pengujian data akan dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* program *statistical product and service solutions* (SPSS) versi 25.0 untuk *windows*. Berikut adalah teknik pengujian dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini:

#### 1. Uji Kualitas Data

##### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah akurasi alat ukur terhadap yang diukur walaupun dengan reliabilitas alat ukur itu sendiri. Ini artinya bahwa alat ukur harus lah memiliki akurasi yang baik terutama apabila alat ukur tersebut yang digunakan sehingga validitas akan meningkatkan bobot kebenaran data yang diinginkan peneliti, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya dengan bantuan SPSS. Untuk mengetahui penelitian valid atau tidak.

Menurut Duwi (2011), uji validitas item digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisisioner atau skala, apakah item-item pada kuisisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur, atau bisa dilakukan penilaian langsung dengan metode korelasi person atau metode corrected item total corolation ( Duwi Prayatno, SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat, Yogyakarta: Medikom, 2011)

Metode uji validitas ini dengan cara mengkolerasikan masing-masing skor item dengan skor total item. Skor total item

dengan penjumlahan dari keseluruhan item. Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan SPSS Statistic dengan kriteria berikut:

- b. Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ , maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
- c. Jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ , maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

### **b. Uji Reliabilitas**

Menurut Joko widiyanto (2010) uji reabilitas digunakan untuk menguji apakah terdapat kesamaan data pada waktu yang berbeda. Pengambilan keputusan dalam uji reabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai cronbach's alpha  $> r \text{ tabel}$  maka kuesioner dinyatakan reliable.
- b. Jika nilai cronbach's alpha  $< r \text{ tabel}$  maka kuesioner dinyatakan tidak reliable

## **2. Uji asumsi klasik**

Pada analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik digunakan untuk menguji kualitas data, yakni menentukan apakah data yang diperoleh layak atau tidak layak untuk digunakan. Berikut ini ialah uji asumsi klasik yang akan digunakan dalam penelitian.

### **a. Uji normalitas**

(Ghozali, 2018:161). Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi secara normal atau tidak. Uji t dan uji F mengasumsikan bahwa

residual berdistribusi secara normal, sehingga jika terbukti residual tidak berdistribusi normal maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada duacara untuk menguji normalitas yaitu melalui analisis grafik dan analisis statistik (uji *skewness* dan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-smirnov*). Penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-smirnov*, dengan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$  : data residual berdistribusi normal.

$H_a$  : data residual tidak berdistribusi normal.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai signifikansi ( $\text{sig}$ )  $> \alpha$  (0,05) maka terima  $H_0$  dan tolak  $H_a$ , sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.
- b. Apabila nilai signifikansi ( $\text{sig}$ )  $< \alpha$  (0,05) maka tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$ , sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi tidak normal.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

(Ghozali, 2018: 137). Uji heteroskedastisitas bermaksud untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya dengan model regresi. Jika terjadi kesamaan maka disebut dengan homoskedastisitas, sedangkan apabila tidak terjadi ketidaksamaan maka disebut heteroskedastisitas. Untuk menguji



ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Glejser, yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya  $> 0,05$ . Sebaliknya, terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya  $< 0,05$ .

### c. Uji multikolinieritas

(Ghozali, 2018:107). Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi bisa dibilang baik apabila tidak terjadi korelasi antar variabel independen didalamnya atau variabel independen bersifat ortogonal. Multikolinieritas bisa dideteksi dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), dengan hipotesis berikut:

$H_0$  : tidak terjadi multikolinieritas.

$H_a$  : terjadi multikolinier.

Kriteria pengambilan keputusan ialah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai  $VIF < 10$  dengan nilai  $\geq 0,10$  maka terima  $H_0$  dan tolak  $H_a$ , sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.
- b. Apabila nilai  $VIF > 10$  dengan nilai  $< 0,10$  maka tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$ , sehingga dapat disimpulkan terjadi multikolinieritas.

#### d. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara residual pada periode tertentu dengan residual pada periode sebelumnya dalam model regresi linear. Jika ditemukan adanya korelasi maka hal tersebut dinamakan *problem* autokorelasi. *Problem* ini ada karena residual dari suatu observasi ke observasi lainnya tidak saling bebas (data observasi saling berhubungan). Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terdapat autokorelasi didalamnya. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *durbin Watson* (DW-test), dengan hipotesis berikut:

$H_0$  : tidak terjadi autokorelasi ( $r = 0$ )

$H_a$  : terjadi autokorelasi ( $r \neq 0$ )

Kriteria mengambil keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Apabila  $d$  terletak diantara  $du$  dan  $(4-du)$ , terima  $H_0$  dan tolak  $H_a$ , artinya tidak terjadi autokorelasi.
- b. Apabila  $d < d_l$  atau lebih besar dari  $(4-du)$ , tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$ , artinya terjadi autokorelasi.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear merupakan metode statistik yang komersial untuk memeriksa dan membentuk hubungan antara variabel-variabel. Analisis linear berganda diaplikasikan untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel bebas yang jumlahnya lebih dari 2 (dua) variabel terikat. Menurut Suharyadi dan

Purwanto (2011: 210) model persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

Keterangan:

- Y : Subyek dalam variabel dependen
- $\alpha$  : konstanta
- $\beta_1$  : Koefisien variable independent
- $X_1$  : Subyek dalam variabel independen (experiential marketing)
- $e$  : Error

$$Y = \alpha + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y : Subyek dalam variabel dependen
- $\alpha$  : konstanta
- $B_2$  : Koefisien variable independent
- $X_2$  : Subyek dalam variabel independen (edukasi konsumen)
- $e$  : Error

Dalam penelitian ini menjadi persamaan sebagai berikut:

$$KP = \alpha + \beta_1 EM + \beta_2 EK + e$$

Keterangan:

- KP : Keputusan Pembelian
- EM : Experiential Marketing
- EK : Edukasi Konsumen

$\beta_1 - \beta_2$  : Koefisien semua variable independen

$e$  : Error

#### 4. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis menggunakan:

##### a. Koefisien Determinasi

(Ghozali, 2018:97). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sumbangan pengaruh serentak variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel (Y). Apabila nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel sangat terbatas. Sedangkan, jika nilai mendekati 1 (satu) berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

##### b. Uji Parsial (Uji-T)

(Ghozali, 2018: 98-99). Uji t bertujuan untuk mengetahui kemampuan masing masing variabel independent secara individu (parsial) dalam menguraikan perilaku variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 0.05$  atau 5%. Adapun kriteria sesuai dengan hipotesis sebagai berikut:

1. Apabila  $t_{hitung} < t_{table}$  maka  $H_0$  diterima.

2. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak. Berdasarkan signifikan:

- a) Jika signifikan  $< \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak.
- b) Jika signifikan  $> \alpha$ , maka  $H_0$  diterima.

Uji  $t$  digunakan untuk menguji pengaruh dari experiential marketing ( $X_1$ ), edukasi konsumen ( $X_2$ ), terhadap keputusan pembelian.

**c. Uji Simultan (Uji-F)**

Uji  $f$  digunakan untuk menguji variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Adapun kriteria sesuai dengan hipotesis sebagai berikut:

1. Apabila  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.
2. Apabila  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak. Berdasarkan signifikan:
  - a. Apabila signifikan  $< \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak.
  - b. Apabila signifikan  $> \alpha$ , maka  $H_0$  diterima

Uji  $F$  bertujuan untuk memperlihatkan secara statistik bahwa seluruh variabel independen yaitu experiential marketing ( $X_1$ ), edukasi konsumen ( $X_2$ ), berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian ( $Y$ ).